



BACHELORARBEIT

Frau
Anne-Marie Wengel

**Anforderungen an die
Mitglieder-Kommunen der
„KAG Thüringer Meer“ zur
Umsetzung der Leitstrategie
Top-Erholungsregion**

2013

BACHELORARBEIT

Anforderungen an die Mitglieder-Kommunen der „KAG Thüringer Meer“ zur Umsetzung der Leitstrategie Top-Erholungsregion

Autor/in:
Frau Anne-Marie Wengel

Studiengang:
Business Management

Seminargruppe:
BM10w1-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. Otto Altendorfer

Zweitprüfer:
Prof. Dr. Harald Kunze

Bibliografische Angaben

Wengel, Anne-Marie

Anforderungen an die Mitglieder der „KAG Thüringer Meer“ zur Umsetzung der Leitstrategie Top-Erholungsregion

55 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2013

Abstract

Anforderungen zur Umsetzung einer Leitstrategie „Top-Erholungsregion“ am Thüringer Meer mit 20 ausgewählten Städten und Gemeinden in Ostthüringen.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
Tabellenverzeichnis	IX
1 Einleitung.....	1
2 Entwicklung des deutschen Reisemarktes	3
2.1 Arten von Urlaubsreisen.....	3
2.2 Der deutsche Inlandsreisemarkt.....	5
2.2.1 Urlaubsreiseziele im Inland	5
2.2.2 Urlaubsmotive	6
3 Destination	9
3.1 Funktionen einer Destination.....	9
3.2 Umweltsphären einer Destination.....	11
3.3 Touristisches Leitbild.....	14
3.4 Strategien	14
4 Erholung im Urlaub.....	16
4.1 Ursachen für den Erholungsurlaub der Deutschen	16
4.1.1 Psychische Erkrankungen.....	17
4.1.2 Demografischer Wandel.....	18
4.2 Erholung und Gesundheit.....	19
4.2.1 Der neue Gesundheitstourismus	20
4.2.2 Zielgruppen	22
4.2.3 Erholungs- Gesundheitsurlaub im ländlichen Raum.....	24
5 Thüringen als Reiseland.....	25
5.1 Erholungs- und Gesundheitsurlaub	25
5.2 Saale-Orla-Kreis	26
5.3 Tourismus am Thüringer Meer	27
6 Analyse der Mitglieder-Kommunen	30
6.1 Zielgruppen für die Region am Thüringer Meer	35
6.2 Bewertung der Ortsbilder	37

6.3	Selbsteinschätzung der Kommunen.....	48
6.4	Zukünftige Anforderungen.....	49
7	Fazit.....	53
	Literaturverzeichnis	X
	Anlagen.....	XIV
	Eigenständigkeitserklärung	XLIV

Abkürzungsverzeichnis

Aufl.	Auflage
bearb.	bearbeitete
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
bspw.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
ca.	circa
DEHOGA	Deutscher Hotel und Gaststättenverband e.V.
DTV	Deutscher Tourismusverband e.V.
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
erg.	ergänzte
erw.	erweitert
FUR	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
Hg.	Herausgeber
i. S. v.	im Sinne von
KAG	Kommunale Arbeitsgemeinschaft
Kap.	Kapitel
km ²	Quadratkilometer
m ³	Kubikmeter
m	Meter
mind.	mindestens
Mio.	Millionen
o. g.	oben genannt
resp.	respektive
SLF-RU	Saalfeld-Rudolstadt
SOK	Saale-Orla-Kreis
überarb.	überarbeitet

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Umweltsphären, eigene Darstellung nach Hungenberg/Wulf 2011, S.16	12
Abbildung 2: Überblick der Saalekaskade, Datenquelle: Vattenfall 2013	28
Abbildung 3: geografische Lage der Kommunen, eigene Darstellung nach Falk 2013.	31
Abbildung 4: Selbsteinschätzung Mitglieder-Kommunen, eigene Darstellung.....	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Haupturlaubsreiseziele im Inland 2011	6
Tabelle 2: Kriterien für Reisezielauswahl.....	7
Tabelle 3: Zuwachsraten alterstypischer Erkrankungen	19
Tabelle 4: Zielgruppen gesundheitsorientierter Urlaubsarten.....	23
Tabelle 5: Stauseenüberblick Bleiloch und Hohenwarte, Datenquelle Vattenfall 2013.	29
Tabelle 6: Merkmale der Mitglieder-Kommunen	34
Tabelle 7: Zielgruppenbeschreibung, eigene Darstellung nach BMWI 2013, S. 13.....	36
Tabelle 8: Kurzfassung der Checkliste	39
Tabelle 9: Bewertung Gebiet 1	40
Tabelle 10: Bewertung Gebiet 2 (Teil 1)	43
Tabelle 11: Bewertung Gebiet 2 (Teil 2)	44
Tabelle 12: Bewertung Gebiet 3	46

1 Einleitung

Thüringen – das grüne Herz Deutschlands ist bekannt für eine abwechslungsreiche Natur- und Kulturlandschaft mit dichten Wäldern, prächtigen Burgen, Tälern und Bergen. Berühmte Persönlichkeiten wie Johann Wolfgang von Goethe oder Friedrich Schiller suchten schon damals in dieser idyllischen Umgebung nach Erholung und Inspiration. In zahlreichen Anekdoten und Gedichten verehren sie Thüringens bedeutendsten Fluss, die Saale. Jedoch schenkt Wasser in Form von Bächen und Flüssen nicht nur Leben, es kann das Leben vieler Menschen gefährden. So war die Hochwasserkatastrophe im Saaletal von 1890 Anlass für den Bau großer Talsperren im oberen Saalegebiet.¹ In den 1930er und 1940er Jahren entstand die 80 km lange fjordähnliche Saalekaskade.² Diese umfasst fünf Talsperren mit den dazugehörigen Rückhaltebecken bzw. Stauseen, darunter die großen Sperrmauern „Bleiloch“ und „Hohenwarte“. Ursprünglich wurden die Talsperren für den Hochwasserschutz und die Energieerzeugung erbaut, inzwischen dienen sie immer mehr touristischen Zwecken. Die gestauten Wasserflächen der Saalestauseen verleihen der Landschaft einen zusätzlichen Reiz und bilden das sogenannte „Thüringer Meer“, welches die Landkreise Saale-Orla und Saalfeld-Rudolstadt im Südosten Thüringens berührt. Obwohl die Region beste Voraussetzungen für den Erholungstourismus besitzt, konnte das Thüringer Meer noch nicht den gewünschten Bekanntheitsgrad einer Urlaubsregion in Deutschland erreichen. Damit die Ausgangslage für eine erfolgreiche Tourismusentwicklung verbessert wird, gründeten 20 Kommunen aus den o. g. Landkreisen die Kommunale Arbeitsgemeinschaft (KAG) Thüringer Meer. Mit der Unterstützung der „abraxas Tourismus- und Regionalberatung GmbH“ erstellen die Mitglieder-Kommunen derzeit ein regionales Entwicklungskonzept. Dieses enthält konkrete Maßnahmen und Projekte, die bis zum Jahr 2020 der Region den Aufbau eines Alleinstellungsmerkmals als „Top-Erholungsregion“ in Deutschland ermöglichen sollen. Im Fokus stehen hierbei u. a. die Verbesserung der Rahmenbedingungen in den teilnehmenden Kommunen sowie die Bereitstellung erholungswirksamer und gesundheitsfördernder Produkte resp. Dienstleistungen.

In dieser Arbeit wird überprüft, inwiefern Erholungspotenzial in den Städten und Gemeinden der KAG Thüringer Meer vorhanden ist und welche Anforderungen für den Aufbau einer Erholungsregion noch erfüllt werden müssen. Dabei werden ausschließlich die Ortsbilder der Mitglieder-Kommunen hinsichtlich der aktuellen Erholungs-

¹ Vgl. Mittelsdorf 2007, S. 9

² Ebd.

wirkung bewertet. Jede der 20 Mitglieder-Kommunen wurde von April bis Juni 2013 von mir besucht und mittels selbsterstellter Checkliste analysiert sowie mit Fotos dokumentiert. Bevor ein Vergleich zwischen den Mitglieder-Kommunen erfolgt, wird in Kap. 2 die Entwicklung des deutschen Reisemarktes näher betrachtet. Zusätzlich wird erläutert, welche Bedürfnisse die deutsche Bevölkerung zu einer Urlaubsreise veranlassen und welche Kriterien bei der Auswahl des Reiseziels ausschlaggebend sind. Das nächste Kapitel befasst sich mit dem Destinationsbegriff und überprüft welche äußeren Umfeldfaktoren bei der Strategieplanung einer Urlaubsregion berücksichtigt werden müssen. In Kap. 4 wird untersucht, warum die deutsche Bevölkerung verstärkt auf der Suche nach Erholung ist und welche Ursachen hierfür verantwortlich sind. Es wird hinterfragt, wodurch das Interesse an erholungs- und gesundheitsfördernden Urlaubsreisen steigt. Das nächste Kap. bezieht sich auf das Bundesland Thüringen als inländisches Reiseziel. Danach erfolgt die Analyse der Mitglieder-Kommunen bzgl. der Ortsgestaltung und dem daraus resultierenden Erholungsfaktor. Weiterhin gibt die Auswertung der Befragung an die teilnehmenden Bürgermeister Auskunft über die zukünftige Tourismusentwicklung in den jeweiligen Mitglieder-Kommunen. Abschließend wird beurteilt, ob die Mitglieder-Kommunen sich als Top-Erholungsregion in Deutschland etablieren können.

2 Entwicklung des deutschen Reisemarktes

Die große Stabilität der touristischen Nachfrage hat sich in Deutschland trotz wirtschaftlicher Schwankungen in den letzten Jahren wenig verändert. Für die Mehrheit der deutschen Bevölkerung hat sich die Urlaubsreise zu einem Statussymbol entwickelt und nimmt bei der Rangfolge der Konsumprioritäten einen hohen Stellenwert ein.³ Damit nicht verzichtet werden muss, ist es inzwischen selbstverständlich für oder im Urlaub zu sparen. Deshalb ist es nicht überraschend, dass 76,2 % der Deutschen im Jahr 2011 mindestens eine Urlaubsreise durchführten.⁴ Von den insgesamt 69,5 Mio. unternommenen Urlaubsreisen wurden 47,8 Mio. Auslandsreisen und 21,7 Mio. Inlandsreisen durchgeführt. Im Vergleich zum Urlaubsjahr 2010 gab es keine großen Veränderungen. Lediglich die Inlandsreisen konnten einen leichten Anstieg um 200.000 Reisen verzeichnen.⁵ Da die touristische Nachfrage offensichtlich relativ unabhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung ist, wird bis zum Jahr 2020 ein leichter Anstieg der Urlaubsreisen erwartet. Die Anteile für Auslandsreisen werden dann ca. 65 % bis 70 % und für Inlandsreisen ca. 30 % bis 35 % betragen.⁶ Das Verhältnis zwischen Auslands- und Inlandsreisen der Deutschen wird somit ausgewogen bleiben. Von einer Unterbrechung der Reiselust wird voraussichtlich nichts zu spüren sein.

2.1 Arten von Urlaubsreisen

Urlaubsreisearten lassen sich in der Regel nur über die Reisemotive bzw. die Bedürfnisse der Reisenden und die damit verbundenen Reiseaktivitäten differenzieren.⁷ Durch die Analyse dieser Motive und der bevorzugten Reiseaktivitäten kann eine präzise Charakterisierung der Urlaubsreiseart erfolgen. Demnach bittet die Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) bei ihrer jährlichen Untersuchung die Befragten um eine subjektive Beschreibung ihrer Haupturlaubsreise.⁸

³ Vgl. Aderhold 2012, S.17

⁴ Ebd., S. 17

⁵ Ebd., S. 47

⁶ Ebd., S. 45

⁷ Mundt 2013, S. 31

⁸ Vgl. Aderhold 2012, S. 103

Die ermittelten Ergebnisse können in verschiedene Kategorien unterteilt werden und bilden durch die Möglichkeit von Mehrfachnennungen eine Art Baukastensystem. Somit ist es den Anbietern auf dem Urlaubsreisemarkt möglich, wertvolle Informationen über die verschiedenen Kombinationen der Urlaubsreisearten auf der Nachfrageseite zu erhalten.⁹ Demzufolge gibt die Analyse wichtige Hinweise für die weitere Produktentwicklung der Urlaubsregionen und Reiseveranstalter. Zudem haben sich die hauptsächlich von der Reiseanalyse geprägten Bezeichnungen der wichtigsten Urlaubsreisearten im touristischen Alltag etabliert.

Bezeichnungen der Haupturlaubsreisearten 2011:¹⁰

- Aktivurlaub
- Erlebnisurlaub
- Ausruhurlaub
- Sightseeing-Urlaub
- Natururlaub
- Strand-/Bade-/Sonnenurlaub
- Gesundheitsurlaub
- Studienreise
- Kulturreise (Festspiele, Theater, Konzerte usw.)
- Rundreise
- Familienferien
- Verwandten-/Bekanntenbesuch
- Spaß-/Fun-/Party-Urlaub

⁹ Vgl. Mundt 2013, S. 31

¹⁰ Vgl. Aderhold 2012, S. 97

2.2 Der deutsche Inlandsreisemarkt

Deutschland hat sich zu einem der beliebtesten Reiseziele der einheimischen Bevölkerung entwickelt. Seit Mitte der 1990er Jahre ist der Anteil der Inlandsreisen konstant geblieben und beträgt ca. ein Drittel aller Urlaubsreisen. Kleinere Schwankungen sind u. a. bei sehr gutem oder schlechtem Sommerwetter in Deutschland, politischen Unruhen oder starken Preisschwankungen im Ausland zu verzeichnen.¹¹ Jedoch ist die Entscheidung, ob eine Urlaubsreise im Inland oder Ausland stattfindet nicht nur von externen Faktoren abhängig. Wichtiger ist die Tatsache, wie lange die Urlaubsreise dauern soll. Längere Urlaubsreisen mit einer Dauer von mind. 5 Tagen werden in Haupturlaubsreisen und zusätzliche Reisen (Zweit- und Drittreisen) unterschieden. In der Regel dauern Haupturlaubsreisen 13 Tage, Zweit- oder Drittreisen durchschnittlich 9 Tage. Da die Haupturlaubsreise für viele Menschen das wichtigste Freizeitereignis des Jahres ist, fällt diese oftmals teurer aus und führt in weiter entfernte Reiseziele.¹² Dagegen werden Zweit- oder Drittreisen im Inland oder im direkt angrenzenden Ausland verbracht. Bei den Kurzurlaubsreisen, die eine Dauer von mind. 2 bis 4 Tagen aufweisen, wird häufiger das Inland als Reiseziel bevorzugt.¹³ Unterschiede gibt es ebenfalls bei dem Reisezeitpunkt. Während die Haupturlaubsreisen vor allem in den Sommermonaten von Juni bis August durchgeführt werden, verteilen sich die weiteren Urlaubsreisen auf das gesamte Jahr. Beliebte Reisezeitpunkte bei den Zweit-, Dritt- oder Kurzurlaubsreisen sind die Pfingst- und Osterfeiertage sowie die Herbstferien in Deutschland.¹⁴

2.2.1 Urlaubsreiseziele im Inland

Obwohl durchschnittlich zwei von drei Haupturlaubsreisen in ausländische Reiseziele führen, ist das Inland zu einem wichtigen Quellmarkt für den Deutschland-Tourismus geworden.¹⁵ Seit den 1990er Jahren sind die deutschen Bundesländer Bayern, Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Baden-Württemberg die

¹¹ Vgl. DZT, 2013a, S. 22

¹² Vgl. Mundt 2013, S. 18

¹³ Vgl. DZT 2013a, S. 23

¹⁴ Ebd., S. 26

¹⁵ Ebd., S. 23

beliebtesten inländischen Reiseziele der Deutschen.¹⁶ Allerdings kam es in den letzten Jahren zu Verschiebungen der Marktanteile. Vor allem Bayern und Baden-Württemberg verzeichneten große Einbußen und mussten Marktanteile an die typischen Wasserregionen, insbesondere Mecklenburg-Vorpommern, abgeben.¹⁷ An der deutschen Nord- oder Ostseeküste wird von den Deutschen vor allem der Erholungsurlaub in Form des Strand- und Badeurlaubes bevorzugt. Dagegen wird in den Mittelgebirgen der Erholungsurlaub mit dem Natururlaub kombiniert und die Alpenregionen werden aufgrund des Wintersportangebotes besonders für den Aktiv- und Natururlaub genutzt.¹⁸

Die folgende Übersicht zeigt die beliebtesten inländischen Hauptreiseziele ab einer Dauer von 5 Tagen aus dem Jahr 2011.¹⁹

Bundesland	Marktanteile
Bayern	6,4 %
Mecklenburg-Vorpommern	6,1 %
Schleswig-Holstein	3,9 %
Niedersachsen	3,6 %
Baden-Württemberg	2,9 %
Sachsen	1,3 %
Nordrhein-Westfalen	1,1 %
Berlin	1,0 %
Rheinland-Pfalz/Saarland	1,0 %
Thüringen	0,9 %

Tabelle 1: Haupturlaubsreiseziele im Inland 2011

2.2.2 Urlaubsmotive

Der Wunsch nach physischer und psychischer Erholung ist einer der Beweggründe, warum die deutsche Bevölkerung eine Urlaubsreise unternimmt. So war für 68 % der Deutschen das Bedürfnis „*Entspannung und keinen Stress haben*“ der wichtigste An-

¹⁶ Vgl. Aderhold 2012, S. 48

¹⁷ Ebd., S. 49

¹⁸ Vgl. DZT 2013a, S. 42

¹⁹ Vgl. Aderhold 2011, S. 48

lass für eine Urlaubsreise im Jahr 2011.²⁰ Ebenfalls standen die Erholungsmotive „*Abstand zum Alltag gewinnen*“, „*Frische Kraft sammeln*“, „*Frei sein und Zeit haben*“ sehr weit oben auf der Liste der Gründe für einen Urlaub.²¹ Einer Umfrage des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus 2011/2012 zufolge, bezeichnen 35 % der Deutschen ihre Urlaubsreise als Erholungsurlaub.²² Dementsprechend ist der Erholungs- bzw. Ausruhrefahrung die mit Abstand beliebteste Urlaubsreiseart. Die Entscheidung über die Auswahl des Reisezieles ist von folgenden Kriterien abhängig (Mehrfachnennungen möglich):²³

Kriterien	Anteil der Befragten
Landschaft/Natur	54 %
Gute Luft/gesundes Klima	40 %
Erholungsmöglichkeiten	38 %
Gute Erfahrungen	37 %
Atmosphäre/Flair	31 %
Ruhe	30 %
Sehenswürdigkeiten	29 %
Ortsbild/Stadtbild/Architektur	25 %
Vielfalt/Qualität des Angebotes	25 %
Empfehlung von Freunden	19 %

Tabelle 2: Kriterien für Reisezielauswahl

Weiterhin ist das gestiegene Interesse an der ökologischen Nachhaltigkeit im Sinne von „*umweltbewusst*“ und „*ressourcenschonend*“ zu beachten. In Zusammenhang mit dem wachsenden Gesundheitsaspekt erhöhen die umweltbezogenen Motive das Bedürfnis nach gesundheitsbewussten Urlaubsreisen²⁴. Inzwischen verbindet die Mehrheit der Deutschen die psychische sowie physische Erholung mit Gesundheit, Umwelt und Natur. Deshalb findet der Erholungsurlaub immer öfter zusammen mit „*Natur erleben*“, „*gesundem Klima*“, „*etwas für die Gesundheit tun*“ und „*aus der verschmutzten*

²⁰ Ebd., S. 93

²¹ Ebd., S. 90

²² DZT-Qualitätsmonitor 2011/2012, S. 9

²³ Ebd., S. 6

²⁴ Vgl. Aderhold 2012, S. 95

Umwelt herauskommen“ statt.²⁵ Das steigende Interesse am Umweltbewusstsein wirkte sich schon im Jahr 2011 auf die Kombinationen der Haupturlaubsreisen aus. So verknüpften 51 % der Deutschen den Erholungsurlaub mit Gesundheit und 46 % mit Natur. Insbesondere bei den Inlandsreisen werden diese Urlaubskombinationen bevorzugt.²⁶

²⁵ Ebd., S. 90

²⁶ Ebd., S. 98

3 Destination

Während einer Urlaubsreise wollen Touristen entstandene Bedürfnisse und Wünsche befriedigen, die sich über einen bestimmten Zeitraum entwickelt haben. Die Bedürfnisbefriedigung erfolgt durch den Konsum eines konkreten Leistungsbündels in einem vom Gast selbst ausgewählten geografischen Raum.²⁷ Dieser Raum kann ein Ort, ein Ortsteil, eine Region, ein Land oder eine Ländergruppe sein, den der Gast unter den konkurrierenden Gebieten als sein Reiseziel bzw. als Destination bestimmt.²⁸ Somit lässt sich eine Destination durch die angebotenen touristischen Produkte und Dienstleistungen definieren, die sich aus mehreren Teilleistungen zusammensetzen und die der Gast als Leistungsbündel wahrnimmt. Diese Teilleistungen können bspw. Erholungsanlagen, Landschaften, Übernachtungsmöglichkeiten, Museen oder Tourist-Informationen sein.²⁹ Somit werden Destinationsgebiete durch den Dienstleistungskonsum bestimmter Gästegruppen geprägt und können je nach Bedürfnislage oder Wahrnehmung der Gäste unterschiedlich groß ausfallen.³⁰ Demnach definiert Bieger eine Destination als:

„Geographischer Raum (Ort, Region, Weiler), den der jeweilige Gast (oder ein Gästesegment) als Reiseziel auswählt. Sie enthält sämtliche für einen Aufenthalt notwendigen Einrichtungen für Beherbergung, Verpflegung, Unterhaltung/Beschäftigung. Sie ist damit die Wettbewerbseinheit im Incoming Tourismus, die als strategische Geschäftseinheit geführt werden muss.“³¹

3.1 Funktionen einer Destination

Wie Bieger in seiner Definition zum Ausdruck bringt, kann eine Destination als Unternehmen verstanden werden. Ein Unternehmen ist ein offenes sozio-technisches System, in dem Menschen und Technologien verschiedene Aktionen sowie Leistungen

²⁷ Vgl. Bieger/Beritelli 2013, S. 53

²⁸ Ebd.

²⁹ Ebd., S. 14

³⁰ Ebd., S. 56

³¹ Ebd., S. 54

ausüben, um bestimmte Ziele zu erreichen.³² So ist das Ziel einer jeden Unternehmung anhand festgelegter Strategien und Prozesse wettbewerbsfähig zu sein, um somit den unternehmerischen Erfolg langfristig zu gewährleisten. Insofern muss eine Destination genau wie ein Unternehmen prozess- und kundenorientiert handeln.³³ Demzufolge müssen Entscheidungen marktorientiert und unter Einbezug aller Interessensgruppen getroffen werden.³⁴ Bevor die Dienstleistungskette den entsprechenden Kundensegmenten angepasst werden kann, muss eine Destination zuerst die internen Rahmenbedingungen dafür schaffen. Diese umfassen u. a. die Verbesserung des Erscheinungsbildes, der Infrastruktur und der Freizeitangebote eines Ortes.³⁵ Des Weiteren sind die Beratung der touristischen Betriebe bzgl. Service- und Dienstleistungsqualität sowie die Durchführung von Marketingmaßnahmen für die Vermarktung der Region notwendig. Somit erfüllt eine Destination zunächst vier grundsätzliche Funktionen mit folgenden Aufgaben:³⁶

Leitbild- und Planungsfunktion

- Definition einer langfristigen Vision für die Destination
- Erstellen eines touristischen Entwicklungsleitbildes
- Entwicklung einer Destinationsstrategie
(Wettbewerbs- und Unternehmensstrategie)

Angebotsfunktion

- Betrieb einer Informationszentrale und einer Tourist-Information
- Bereitstellung und Betrieb einer „öffentlichen Tourismusinfrastruktur“
- Gestaltung vermarktbarer Produkte
- Sicherstellung von Gästebetreuungs- und Animationsleistungen

³² Vgl. Bieger/Beritelli 2013, S. 62

³³ Ebd., S. 63

³⁴ Ebd., S. 15

³⁵ Vgl. Freyer 1993, S. 201

³⁶ Vgl. Bieger/Beritelli 2013, S. 68

- Aktives Qualitätsmanagement über die gesamte Servicekette
- Qualifizierungsmanagement
- Aktives Beschwerdemanagement
- Organisation großer Veranstaltungen und Events

Interessenvertretungsfunktion

- Informationen für beteiligte Branchen und für die Bevölkerung
- Förderung des Tourismusbewusstseins
- Tourismuspolitische und politische Interessensvertretung

Marketingfunktion

- Entwicklung einer Marketingstrategie
- Marktforschung
- Markenpolitik
- Realisierung der Imagewerbung
- Festlegung der Preisstrategie für Angebote im eigenen Vertriebssystem der Destination

3.2 Umweltsphären einer Destination

Eine Unternehmung steht innerhalb seines Systems in Beziehung zu verschiedenen Gruppen oder Abteilungen, welche das Branchenumfeld eines Unternehmens bilden und sich gegenseitig beeinflussen. Das gesamte System einer Unternehmung resp. einer Destination steht wiederum in Beziehung zu verschiedenen Umweltsphären. Damit werden die ökonomischen, ökologischen, technologischen, politischen und gesellschaftlichen Bedingungen bezeichnet, die das Umfeld eines Unternehmens umgeben.³⁷ Diese stehen in Wechselwirkung zum Unternehmen resp. zur Destination und nehmen Einfluss auf die Planung und Gestaltung des Tourismus. Diese externen Effekte müssen sehr genau auf Trends und Veränderungen analysiert werden damit

³⁷ Vgl. Hungenberg/Wulf 2011, S. 16

das Unternehmen rechtzeitig auf Veränderungen reagieren kann. Vor allem das große Interesse der Öffentlichkeit trägt dazu bei, dass sich Entscheidungen über die Tourismusentwicklung immer im öffentlichen und politischen Raum abspielen.³⁸ Deshalb ist es zwingend erforderlich alle betroffenen Interessensgruppen einer Tourismusregion in die touristische Entwicklung mit einzubeziehen, um frühzeitig potenziellen Konflikten entgegenzuwirken.

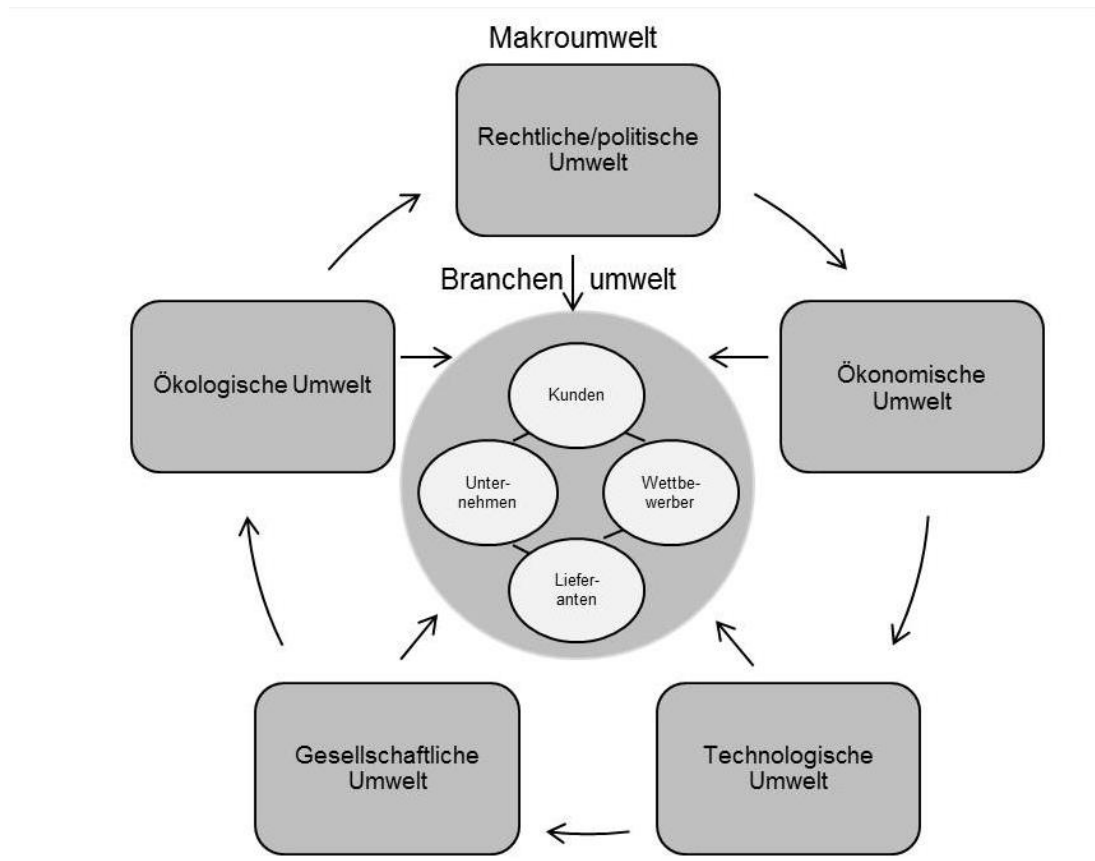


Abbildung 1: Umweltsphären, eigene Darstellung nach Hungenberg/Wulf 2011, S.16

Aus ökonomischer Sicht betrachtet, ist der Tourismus eine zusätzliche Einnahmequelle für einen Ort. Einnahmen von Touristen fließen neu in den lokalen Wirtschaftskreislauf ein und sind dadurch höher zu bewerten als Einnahmen, die von Einwohnern stammen.³⁹ Demnach steht einer Region, welche ein umfangreiches touristisches An-

³⁸ Vgl. Bieger/Beritelli 2013, S. 15

³⁹ Ebd., S. 14

gebot nachweisen kann zusätzliches Geld zur Verfügung. Infolgedessen sind weitere Investitionen zur Instandhaltung des Ortes möglich.

Ökologisch betrachtet, können insbesondere ländliche Regionen vom Tourismus profitieren, wenn durch die zusätzlichen Einnahmen landwirtschaftliche Betriebe erhalten bleiben und die Landschaft weiterhin gepflegt wird.⁴⁰ Jedoch muss das Verhältnis zwischen Natur und Tourismus ausgewogen bleiben, um das ökologische Gleichgewicht nicht zu zerstören. Hierbei müssen die zunehmenden Belastungen, die durch den Tourismus hervorgerufen werden, wie bspw. eine höhere Abfallrate oder die Nutzung der Natur für Freizeitaktivitäten, beachtet werden.⁴¹

In gesellschaftlicher Hinsicht wird durch eine positive Tourismusentwicklung die Abwanderung von Fachkräften gestoppt und neue Arbeitsplätze geschaffen. Dennoch ist die Menge an Personal vor Ort oftmals nicht ausreichend. Zusätzliche Fachkräfte müssen herangezogen werden, um die weitere Tourismusentwicklung zu sichern. Durch diese Maßnahme steht der Region ein gesellschaftlicher Strukturwandel bevor.⁴² Traditionelle Werte müssen sich gegen neue behaupten, was wiederum zu Konflikten zwischen Einheimischen und Hinzugezogenen führen kann. Es entsteht ein Gefühl der Fremdbestimmung bei der einheimischen Bevölkerung.⁴³ Dadurch wird es auf politischer Ebene schwierig, neue Vorhaben für den Tourismus durchzusetzen. Weiterhin beeinflusst die ortsansässige Bevölkerung durch ihr Verhalten die Tourismusentwicklung. Einheimische, die den Tourismus in der eigenen Region ablehnen und nicht bereit sind mit Gästen in Kontakt zu treten, erschweren die weitere Tourismusentwicklung und können diese letztendlich verhindern.⁴⁴ Werden hingegen Gäste freundlich und offen von der einheimischen Bevölkerung empfangen, führt dies zu einer Aufwertung des Gesamterscheinungsbildes, welches der Gast von der Region bekommt.⁴⁵

Staatliche Institutionen tragen ebenfalls wesentlich zur Tourismusentwicklung bei. Für eine Tourismusregion ist eine gut funktionierende Infrastruktur eine wichtige Voraus-

⁴⁰ Ebd., S. 15

⁴¹ Ebd.

⁴² Ebd.

⁴³ Ebd.

⁴⁴ Ebd.

⁴⁵ Ebd.

setzung. In der Regel sind für die Instandsetzung der Infrastruktur die Gemeinden oder der Staat verantwortlich.⁴⁶ Demnach können politische Entscheidungen die Tourismusentwicklung einer Region stark beeinflussen. Des Weiteren sind lokale Gewerbe ebenfalls wichtige Partner einer Tourismusregion. Einerseits können die touristischen Anbieter von den lokalen Gewerbetreibenden qualitativ hochwertige Vorleistungen wie bspw. Nahrungsmittel erwerben, andererseits stellen die Gewerbe selbst ein touristisches Angebotsselement dar, in dem sie den Touristen Einkaufsmöglichkeiten bieten und damit die Grundversorgung gewährleisten.⁴⁷

3.3 Touristisches Leitbild

Bevor ein Unternehmen bzw. eine Destination eine Strategie für den Wettbewerbserhalt entwickeln kann, ist es notwendig auf normativer Managementebene ein Leitbild zu formulieren. Es beschreibt das Zukunftsbild des Unternehmens, welches dadurch unverwechselbar und einzigartig wird. Somit bildet das Leitbild die Identität eines Unternehmens und ist für die weitere Markenbildung unumgänglich. Unter einem touristischen Leitbild wird die Grundvorstellung einer Destination über die touristische Weiterentwicklung verstanden.⁴⁸ Ausgangspunkt hierfür ist eine Situationsanalyse auf deren Grundlage die Zielstellung festgelegt wird. Diese Ziele sollen später durch entsprechende Maßnahmen bzw. Strategien erfüllt werden.⁴⁹ Das Leitbild kann von einer Tourismusorganisation oder einer politischen Behörde erstellt werden. Demzufolge müssen Entscheidungsprozesse in einer Destination gemeinsam zwischen den Interessensgruppen getroffen werden.⁵⁰

3.4 Strategien

Wirtschaftlichen Erfolg und die damit angestrebte Marktposition kann ein Unternehmen bzw. eine Destination nur erreichen, wenn es sich dauerhaft durch den Aufbau von

⁴⁶ Ebd.

⁴⁷ Ebd.

⁴⁸ Ebd., S. 239

⁴⁹ Ebd.

⁵⁰ Ebd.

Alleinstellungsmerkmalen von seinen Mitbewerbern abheben kann.⁵¹ In Bezug auf eine Destination sind unter Alleinstellungsmerkmalen einzigartige Merkmale der Region resp. Standortqualitäten zu verstehen, die das eigene Angebot dauerhaft und positiv von Wettbewerbsangeboten abgrenzen. Demzufolge stellen Alleinstellungsmerkmale für den Nachfrager einen einzigartigen Nutzen dar, in dem er von einzigartigen Produkten und Dienstleistungen, die aus den Alleinstellungsmerkmalen resultieren, profitiert.⁵² Demzufolge muss eine Strategie, die zu einem dauerhaften Wettbewerbsvorteil führen soll, einzigartig sein. Infolgedessen beruht eine einzigartige strategische Positionierung darauf, ein Produkt oder eine Dienstleistung anders zu gestalten bzw. auszuführen als die Mitbewerber. Dem Kunden muss eine einmalige Mischung an Werten vermittelt werden, die gleichzeitig den Kundennutzen erhöht und dadurch besser ist als das Konkurrenzangebot.⁵³ Daher ist es notwendig, die jeweiligen Anforderungen der Kunden an ein Produkt oder eine Dienstleistung herauszufinden und sie in spezifische Kundensegmente einzuteilen. Mit speziell auf die jeweiligen Anforderungen zugeschnittenen Produkte resp. Dienstleistungen können diese unterschiedlichen Bedürfnisse befriedigt werden. Damit eine Ausrichtung auf neue Märkte erfolgen kann, muss eine Destination zuerst ihre Kernkompetenzen identifizieren und entwickeln.⁵⁴ Diese Kernkompetenzen beziehen sich auf die eigenen internen Ressourcen (Natur, Kultur) und müssen miteinander kombiniert werden. Dadurch werden der Aufbau und die Umsetzung von Produktinnovationen ermöglicht, die für Mitbewerber nicht imitierbar sind und Kunden einzigartig sowie wertvoll erscheinen.⁵⁵ Strategien sind somit langfristige Entscheidungen, die dem Aufbau von Wettbewerbsvorteilen dienen. Sie schaffen durch eine bestimmte Kombination von Angeboten eine einzigartige und werthaltige Marktposition.⁵⁶ Demnach müssen alle Bereiche des Unternehmens bei der Strategieplanung erfasst werden, damit der Kunde das Produkt als Einheit wahrnimmt. Dies erfordert den Aufbau einer übergreifenden Strategie, die in allen Bereichen der Destination durchgesetzt werden muss.⁵⁷

⁵¹ Vgl. Porter 2008, S. 3

⁵² Vgl. Haedrich et al. 1998, S. 283

⁵³ Vgl. Porter 2008, S. 5

⁵⁴ Ebd., S. 8

⁵⁵ Vgl. Bieger/Beritelli 2013, S. 243

⁵⁶ Vgl. Porter 2008, S. 10

⁵⁷ Vgl. Bieger/Beritelli 2013, S. 66

4 Erholung im Urlaub

Durch den wachsenden, bürgerlichen Wohlstand im 19. Jahrhundert erhöhte sich das Bedürfnis nach Erholung und Entspannung. Die Menschen entwickelten ein neues Verhältnis zu sich selbst und zur Natur.⁵⁸ Sie begannen allmählich, ihre freie Zeit mehr in der Natur zu verbringen. Sofern es sich die Menschen leisten konnten, verließen sie in den Sommermonaten die Stadt und sammelten frische Kräfte in landschaftlich reizvollen Gegenden.⁵⁹ Bevorzugte die Oberschicht eher luxuriöse Badeorte an der Mittelmeerküste oder Kurorte in den Alpenregionen, erholte sich der Mittelstand in näher gelegenen Bade- und Kurorten. In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts profitierten erstmals die Badeorte an der Ost- und Nordseeküste sowie die Kurorte in Thüringen vom damaligen Fremdenverkehr.⁶⁰ Noch heute gehört die Erholung in der freien Natur zu den bevorzugten Freizeitaktivitäten. Demnach handelt es sich bei der Urlaubsreise der Deutschen mehrheitlich um einen Erholungsurlaub.⁶¹ Besonders ländliche Räume bieten optimale Voraussetzungen für erholungsbedürftige Menschen. Die Kombination aus Erholung mit Naturerlebnis, Aktivsein und Gesunderhaltung bietet verschiedene aktive und passive Erholungsmöglichkeiten, um die psychische sowie psychische Leistungsfähigkeit wieder herzustellen.⁶²

4.1 Ursachen für den Erholungsurlaub der Deutschen

Bei der Bewältigung des täglichen Alltages balancieren die Menschen zwischen Stress und Erholung. Bleibt dieses Gleichgewicht erhalten, spüren sie Erfolgserlebnisse und Zufriedenheit.⁶³ Doch heutzutage wird in der globalisierten Welt der Alltag vieler Menschen zunehmend fremdbestimmt und lässt kaum noch Freiraum für individuelle Erlebnisse. Ursachen sind die steigenden Belastungen des Berufslebens und die zusätzlichen Aufgaben im Privatleben, die möglichst parallel zueinander zu bewältigen sind. Die ständigen Forderungen nach mehr Flexibilität im Arbeitsleben mit dem daraus

⁵⁸ Vgl. Wieke 2010, S. 7

⁵⁹ Ebd.

⁶⁰ Ebd.

⁶¹ s. Kap. 2.2.2, S. 6

⁶² Vgl. BMWI 2013, S. 3

⁶³ Vgl. BARMER GEK 2013, S. 6

resultierenden Zwang nach ständiger Erreichbarkeit und Mobilität führen dauerhaft zu Stress.⁶⁴ Außerdem entsteht der persönliche Anspruch immer höhere Qualifikationen zu erreichen, um noch erfolgreicher zu sein als vorher. Hinzu kommen die veränderten Familien- und Lebensmodelle, wie bspw. die Gründung von „Patchwork-Familien“ mit dem zweiten Lebenspartner, das geänderte Rollenverhalten zwischen Mann und Frau sowie die zunehmende Bereitschaft sich parallel zum Berufsleben um pflegebedürftige Familienangehörige zu kümmern. Physische und psychische Anstrengungen werden jedoch nicht nur durch sozio-kulturelle Faktoren hervorgerufen, sondern können auch durch äußere Umweltfaktoren entstehen. So führen die ständige Reizüberflutung in der modernen Welt, Klimaschwankungen und die Verstädterung großer Gebiete zu weiteren Beanspruchungen der Menschen. Zwischen diesen Belastungsphasen kann kaum noch Freizeit stattfinden, so dass die Regeneration des Körpers verhindert wird.⁶⁵ Die andauernden beruflichen und privaten Belastungen führen schrittweise zur Ermüdung des gesamten menschlichen Organismus.⁶⁶ Infolgedessen kommt es zu einem kontinuierlichen Leistungsabfall, der nur durch regelmäßig stattfindende Erholungsphasen rückgängig gemacht werden kann. Dementsprechend setzt Erholung den Organismus nach einer Belastungsphase wieder in den Zustand zurück, den er vor dieser hatte. Durch die Beseitigung der Müdigkeit erhält der Organismus den Zustand der Kraft und Frische zurück.⁶⁷ Infolgedessen wird die Leistungsfähigkeit wieder hergestellt.

4.1.1 Psychische Erkrankungen

Die beruflichen Beanspruchungen in der modernen Leistungsgesellschaft nehmen stetig zu und fördern die Bildung negativer Stressfaktoren. Verursacht werden diese durch das gestiegene Arbeitsvolumen, monotone Tätigkeiten sowie dem ständigen Streben nach Erfolg und Selbstverwirklichung. Demzufolge fühlen sich viele Erwerbstätige überfordert. Sie leiden verstärkt unter Leistungs-, Zeit- oder Konkurrenzdruck. Der daraus resultierende negative Stress führt zur geistigen, emotionalen und körperlichen Erschöpfung. Die Folgen sind u.a. eine verminderte Leistungsfähigkeit, Angst-

⁶⁴ Ebd., S. 9

⁶⁵ Ebd., S. 8

⁶⁶ Vgl. Mundt 2013, S. 121

⁶⁷ Ebd.

zustände, Depressionen oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen.⁶⁸ Beschrieben wird dieser Zustand als „Burnout“ bzw. „Ausgebranntsein“. Aufgrund des steigenden Arbeitsdruckes und der damit verbundenen Forderung nach immer mehr Leistungsbereitschaft werden die psychischen Erkrankungen der deutschen Bevölkerung in den nächsten Jahren weiter steigen. Vor allem junge Berufstätige zwischen dem 30. und 40. Lebensjahr werden davon betroffen sein. Der Ermüdungsprozess kann nur durch regelmäßig durchgeführte Erholungsphasen aufgehalten werden.⁶⁹ Dementsprechend können folgende Anforderungen an einen Erholungsurlaub abgeleitet werden:⁷⁰

- Alltagsstress abbauen, fit für den Beruf werden
- Wieder belastbarer werden
- Etwas für Körper und Seele tun
- Aktiv und vital die Freizeit verbringen

4.1.2 Demografischer Wandel

Aufgrund steigender Lebenserwartungen und der gleichzeitig sinkenden Geburtenrate wird sich in den nächsten Jahrzehnten die Altersstruktur in Deutschland verschieben. Die Generationen der über 50-Jährigen, die sogenannten „Best Ager“ oder die „jüngeren Älteren“, bildet schon jetzt eine wichtige Zielgruppe im Tourismus. Im Gegensatz zu vorherigen Senioren generationen fühlt sich diese Generation deutlich fitter und befindet sich in einem guten körperlichen Zustand.⁷¹ Deshalb bevorzugen sie während ihrer Urlaubsreise aktive Freizeitaktivitäten, wie bspw. Nordic Walking, Radfahren oder Wandern in der Natur. Durch das ausgeprägte Gesundheitsbewusstsein dient der Urlaub der „Best Ager“ in erster Linie der eigenen Gesundheitserhaltung.

Der Anteil der deutschen Bevölkerung über 65 Jahre betrug im Jahr 2010 noch 21 % und wird voraussichtlich bis 2030 auf 29 % steigen.⁷² Weiteren Schätzungen zufolge

⁶⁸ Vgl. BARMER GEK 2013, S. 14

⁶⁹ S. Kap. 4.1, S. 16

⁷⁰ Vgl. Aderhold 2012, S. 88

⁷¹ Vgl. Grimm u. a. 2011, S. 4

⁷² Vgl. BMWI 2013, S. 15

wird im Jahr 2060 jeder Dritte Deutsche (34 %) über 65 Jahre alt sein.⁷³ Demzufolge wird die Anzahl alterstypischer Erkrankungen stark steigen. Daher dient die Urlaubsreise in diesen Fällen der Primärprävention hinsichtlich Altersbeschwerden und Attraktivitätsverlust. Im Jahr 2030 werden folgende Zuwachsraten der alterstypischen Erkrankungen gegenüber 2007 erwartet.⁷⁴

Erkrankungen	Zuwachsraten
Demenz	+ 51 %
Herzinfarkt	+ 42 %
Oberschenkelhalsbruch	+ 42 %
Schlaganfall	+ 37 %
Krebserkrankungen	+ 26 %
Chronische Lungenerkrankung	+ 23 %
Diabetis mellitus	+ 20-22 %
Rheumatoide Arthritis	+ 18 %

Tabelle 3: Zuwachsraten alterstypischer Erkrankungen

Durch diesen bevorstehenden Wandel müssen die Erholungsorte ihre Rahmenbedingungen zukünftig stärker berücksichtigen. Dabei ist zu beachten, dass ältere Menschen trotz Mobilitätseinschränkungen oder chronischen Erkrankungen nicht auf Urlaub verzichten wollen. Sie entscheiden sich bewusst für einen Erholungs- und Gesundheitsurlaub, um den körperlichen Zustand zu verbessern. Demzufolge wird die Nachfrage nach barrierefreien Einrichtungen bzw. barrierefreien touristischen Produkt- und Dienstleistungsangeboten steigen. Wird dies bei der Planung frühzeitig beachtet, lässt sich ein entscheidender Wettbewerbsvorteil herausarbeiten.⁷⁵

4.2 Erholung und Gesundheit

Das persönliche Gesundheitsmanagement wird für viele Menschen zur Schlüsselkompetenz.⁷⁶ Begründet wird dies durch eine alternde Gesellschaft, dem Wertewandel,

⁷³ Vgl. Statistisches Bundesamt 2009, S. 5

⁷⁴ Vgl. BMWI 2011, S. 10

⁷⁵ s. Kap. 3.4, S. 14

⁷⁶ Ebd., S. 9

den veränderten Lebensstilen und Bedürfnislagen sowie den zunehmenden Arbeitsbelastungen erwerbstätiger Menschen. Durch das gestiegene Gesundheitsbewusstsein realisieren immer mehr Deutsche, dass Eigenvorsorge zum Erhalt der physischen und psychischen Leistungsfähigkeit unumgänglich ist.⁷⁷ Deshalb ist für viele Deutsche der primäre Zweck einer Urlaubsreise die physische psychische Erholung, die zunehmend mit gesundheitsfördernden Aktivitäten verbunden wird. Von den insgesamt 4,3 Mio. durchgeführten Gesundheitsurlaube im Jahr 2010 hatten 1,9 Mio. Reisen den Schwerpunkt „Gesundheit“.⁷⁸ Dabei werden vor allem gesundheitsfördernde Urlaubsarten mit erholungsorientierten Urlaubsaktivitäten verknüpft, um einen gesundheitlichen Mehrwert nachzuweisen. Für 70 % der Deutschen ist der Gesundheitsurlaub die Haupturlaubsreise und wird am häufigsten im Inland verbracht.⁷⁹ Hierbei sind die drei beliebtesten inländischen Reiseziele die Bundesländer Bayern, Niedersachsen und Baden-Württemberg.⁸⁰

4.2.1 Der neue Gesundheitstourismus

Der Gesundheitsurlaub war in Deutschland jahrzehntelang von Aufenthalten in prädikatisierten Kurorten und Heilbädern geprägt. Jedoch müssen sich diese Einrichtungen aufgrund der Veränderungen im deutschen Gesundheitswesen auf dem Markt der Selbstzahler positionieren und werden somit zur Neuausrichtung gezwungen.⁸¹ Zudem wird die Zielgruppe der gesundheitsbewussten Urlauber zunehmend jünger. Vor allem junge Erwerbstätige suchen verstärkt nach gesundheitsfördernden Urlaubsformen, um das Risiko stressbedingter Erkrankungen zu minimieren. Demnach hat sich der Gesundheitsmarkt in den letzten Jahren vom Anbietermarkt zu einem Nachfragemarkt entwickelt und wird von folgenden Faktoren beeinflusst:⁸²

⁷⁷ Ebd.

⁷⁸ Vgl. Grimm/Winkler 2011, S. 8

⁷⁹ Ebd., S. 10

⁸⁰ Ebd., S. 11

⁸¹ Ebd., S. 12

⁸² Vgl. BMWI 2011, S. 9

- Steigendes Gesundheitsbewusstsein der Deutschen, verstärkte Selbstzahler-Nachfrage
- Demografischer Wandel: Entwicklung des Gesundheitszustandes bei älteren und mittleren Altersgruppen
- Stressbedingte Erkrankungen der Berufstätigen
- Veränderte Anbieterstrukturen

Inzwischen hat sich ein „Neuer Gesundheitsmarkt“ entwickelt, der in die drei Marktsegmente Gesundheitsurlaub, Wellnessurlaub und Kur im Urlaub unterteilt wird. Betrachtet man ausschließlich den gesundheitstouristischen Markt ergeben sich drei Abgrenzungen. Demnach umfasst Gesundheit im Urlaub:⁸³

- Unspezifische gesundheitstouristische Urlaubsformen i. S. v. etwas für die Gesundheit tun (z. B. Entspannen, Wandern, Radfahren in freier Natur)
- Spezifische gesundheitsorientierte Urlaubsformen mit und ohne Urlaubscharakter, im Vordergrund steht die klare medizinische Zielsetzung (Kur und Rehabilitation)
- Touristische Aktivitäten für gesundheitlich eingeschränkte Menschen und Menschen mit Mobilitätseinschränkungen sowie deren Betreuer

Ein Grund für den Strukturwandel im Segment der gesundheitsorientierten Urlaubsarten ist die Zunahme von Fitness- und Wellnessangeboten, die mit der bisher traditionellen gesundheitsorientierten Urlaubsform „Kur im Urlaub“ konkurrieren. So stieg der Anteil der durchgeführten Wellnessurlaube seit dem Jahr 1998 von 1,7 % auf 6,3 % im Jahr 2010.⁸⁴ Mit der zunehmenden Verwischung der Grenzen zwischen Gesundheits- und Erholungstourismus haben Destinationen und Anbieter vielfältige Möglichkeiten sich auf dem touristischen Gesundheitsmarkt zu etablieren.⁸⁵ Eine erfolgreiche Positionierung ist jedoch nur möglich, wenn durch die Herausstellung von Alleinstellungsmerkmalen und Produktinnovationen entscheidende Wettbewerbsvorteile geschaffen werden. Dies erfordert wiederum eine segmentspezifische Betrachtung der Zielgruppen.

⁸³ Ebd., S. 11

⁸⁴ Ebd., S. 8

⁸⁵ Vgl. BMWI 2011, S. 34

4.2.2 Zielgruppen

Aktuellen Studien zufolge werden zukünftig die gesundheitsorientierten Urlaube wichtig für die touristische Nachfrage aus dem deutschen Quellmarkt sein. Demnach haben 22 % der deutschen Bevölkerung Interesse an einem Wellnessurlaub, 21 % an einem Gesundheitsurlaub und 16 % an einer Kur im Urlaub.⁸⁶ Inwiefern sich die Deutschen für einen gesundheitsorientierten Urlaub entscheiden, hängt von ihrem persönlichen Gesundheitszustand ab.⁸⁷ Demnach bevorzugen Senioren mit gesundheitlichen Einschränkungen den Besuch von Gesundheits- und Kureinrichtungen während jüngere Erwachsene Interesse an entspannungsfördernden Angeboten wie bspw. Wellness haben. Die wichtigste Zielgruppe bei den gesundheitsorientierten Urlaubsarten sind vor allem Personen zwischen 40 und 59 Jahren.⁸⁸ Sie zeigen Interesse an allen drei Marktsegmenten. Bei den Anforderungen an einen gesundheitsorientierten Urlaub setzen die interessierten Zielgruppen unterschiedliche Schwerpunkte. Vor allem die Ansprüche an einen Wellnessurlaub unterscheiden sich deutlich von einem Gesundheitsurlaub oder einer Kur im Urlaub. Demnach wünschen sich Kunden bei einem Wellnessurlaub vor allem Entspannungs- und Verwöhnangebote während beim Gesundheits- und Kururlaub gesunde Rahmenbedingungen mit gesundheitserhaltenden Angeboten resp. klassischen Kuranwendungen im Vordergrund stehen.⁸⁹

Deshalb müssen Destinationen bei der Angebotsgestaltung auf die entsprechenden Ansprüche der Zielgruppen achten, um ein differenziertes Produktangebot auf dem Markt anbieten zu können. Nachfolgend werden die Kundenanforderungen an die drei gesundheitsorientierten Urlaubsarten zusammengefasst:⁹⁰

⁸⁶ Grimm/Winkler 2011, S. 26

⁸⁷ Ebd., S. 20

⁸⁸ Ebd., S. 19

⁸⁹ Ebd., S. 27

⁹⁰ Ebd., S. 24

Merkmale	Urlaubsart		
	Gesundheitsurlaub	Wellnessurlaub	Kur im Urlaub
Potenzielle Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> Senioren ab 60 Jahre ältere Erwachsene zwischen 40 und 59 Jahren 	<ul style="list-style-type: none"> Junge Erwachsene zwischen 30 und 39 Jahren Ältere Erwachsene zwischen 40 und 59 Jahren 	<ul style="list-style-type: none"> Senioren ab 60 Jahre Ältere Erwachsene zwischen 40 und 59
Gesundheitszustand	<ul style="list-style-type: none"> Vollkommen gesund Nur kleine Beschwerden Gesundheitlich etwas bis stark eingeschränkt 	<ul style="list-style-type: none"> Vollkommen gesund Nur kleine Beschwerden 	<ul style="list-style-type: none"> Nur kleine Beschwerden Gesundheitlich etwas bis stark eingeschränkt
Produktanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> Gesundes Essen und Trinken Gesundes Klima Gesundheitscheck Sport-/Bewegungsaktivitäten in freier Natur Bade- und Saunalandschaft Kursangebote Sport/Bewegung Vorbeugungsangebote Medizinische Betreuung Soziale Kontakte Klassische Kuranwendungen 	<ul style="list-style-type: none"> Bade- und Saunalandschaften Verwöhnangebote Kosmetik-/Schönheitsanwendungen Entspannungsangebote Gesundes Essen und Trinken Ayurveda Kursangebote bzgl. Entspannung (Yoga, Meditation) Kursangebote zu speziellen Themen (Gesundheit, Schönheit) Gesundes Klima Soziale Kontakte 	<ul style="list-style-type: none"> Klassische Kuranwendungen Medizinische Betreuung Gesundheitscheck Gesundheitswiederherstellende Maßnahmen Gesundes Essen und Trinken Gesundes Klima Soziale Kontakte Kursangebote bzgl. Sport und Bewegung Sport-/Bewegungsmöglichkeiten in freier Natur Vorbeugungsangebote Bade-/Saunalandschaft

Tabelle 4: Zielgruppen gesundheitsorientierter Urlaubsarten

4.2.3 Erholungs- Gesundheitsurlaub im ländlichen Raum

Ländliche Regionen bieten aufgrund ihrer landschaftlichen und kulturellen Gegebenheiten optimale Bedingungen für den Erholungstourismus. Die Mischung aus Natur, Erlebnis und regionaler Kultur außerhalb städtischer Großgebiete ermöglicht vor allem in den Bereichen Erholung und Gesundheit ein vielfältiges Produktangebot. Der wachsende Gesundheitsaspekt der Deutschen und die Anforderung nach umweltbewussten sowie nachhaltigen Urlaubsreisen führen zukünftig zu einer steigenden Nachfrage der gesundheitsfördernden Urlaube in ländlichen Regionen.

Insbesondere die Kombination aus erholsamen und körperlich aktiven Freizeitangeboten erzielt den größten Erholungseffekt. Abwechslungsreiche und vielfältige Freizeitaktivitäten stärken das Immunsystem und machen es widerstandsfähiger. Vorbelastete Personen werden nach einem aktiven Erholungsurlaub nachweislich bis zu zehn Wochen weniger Stresshormone im Körper haben.⁹¹

Die Gesundheitsorientierung ist ebenfalls an den durchgeführten Urlaubsaktivitäten der Deutschen erkennbar. Insbesondere werden während des Erholungsurlaubes in ländlichen Regionen regenerative Urlaubsmotive bevorzugt:⁹²

- Abstand zum Alltag gewinnen
- Frische Kraft tanken
- Baden im See oder Meer
- Ausruhen und viel schlafen
- Wandern
- Leichte sportliche Aktivitäten
- Fahrradfahren
- Sich verwöhnen lassen i. S. v. Wellness- und Beautyangeboten
- Besuch von Kur- und Gesundheitseinrichtungen

⁹¹ Vgl. Ostthüringer Zeitung vom 14.06.2013

⁹² Vgl. Grimm/Winkler 2011, S. 7

5 Thüringen als Reiseland

Seit dem 19. Jahrhundert ist der Freistaat Thüringen eine beliebte Urlaubs- und Erholungsregion. Einerseits ist dies auf die landschaftlichen und kulturellen Besonderheiten zurück zu führen, andererseits spielt auch die zentrale Lage in der Mitte Deutschlands eine wichtige Rolle. Schon damals stellten die gestressten Großstädter aus dem Norden Deutschlands fest, dass das Thüringer Mittelgebirge bequemer zu erreichen ist als die weit entfernten Alpen.⁹³ Umgeben von den fünf Nachbarbundesländern Sachsen, Sachsen-Anhalt, Niedersachsen, Bayern und Hessen, gehört Thüringen zu den drei deutschen Binnenländern, die keine direkte Außengrenze zu einem europäischen Nachbarstaat haben. So ermöglicht die zentrale Lage Urlaubern aus allen Teilen Deutschlands gute Anreisemöglichkeiten mit dem PKW, Bus und Bahn. Demnach nennen 60 % der Deutschen die einfachen Anreisemöglichkeiten als wichtige Eigenschaft für Thüringen.⁹⁴ Weiterhin verbinden 59 % der Befragten den Freistaat mit einer schönen Landschaft und guten Wandermöglichkeiten. Die Wälder bestimmen nach wie vor das Thüringenbild der Besucher. Tatsächlich liegt Thüringen mit einem Waldanteil von 33 % an der Landesfläche im guten Mittelfeld unter den Bundesländern.⁹⁵ Somit ist der Freistaat kein ausgesprochenes Waldland, sondern überzeugt vielmehr mit vielseitigen Landschaftsbildern. Bisher wird Thüringen kaum mit guten Bademöglichkeiten (11 %) und Wassersport (8 %) charakterisiert.⁹⁶ Daraus ist erkennbar, dass die großen zusammenhängenden Wasserflächen der Saalestauseen im Gegensatz zur Waldlandschaft fast unbekannt sind.

5.1 Erholungs- und Gesundheitsurlaub

In Thüringen wurde im Jahr 2011 jede dritte der ca. 9,7 Mio. Übernachtungen in einem Kurort verbracht.⁹⁷ Insbesondere das Moorheilbad in Bad Lobenstein im Saale-Orla-Kreis konnte zweistellige Steigerungsraten bei den Übernachtungen verzeichnen.⁹⁸ Die insgesamt 19 Thüringer Heilbäder und Luftkurorte spezialisieren sich vor allem auf die medizinische Rehabilitation in Folge von Herz-, Krebs- und Atemwegserkrankungen

⁹³ Vgl. Wieke 2010, S. 7

⁹⁴ Thüringen Tourismus 2013, URL am 24.05.2013

⁹⁵ Vgl. Wieke 2010, S. 6

⁹⁶ Thüringen Tourismus 2013, URL am 24.05.2013

⁹⁷ Vgl. Zeiss vom 30.04.2013

⁹⁸ Ebd.

sowie Stoffwechselstörungen und orthopädischen Erkrankungen.⁹⁹ Allerdings kämpfen die Kurorte und Rehakliniken durch den Rückzug der Sozialversicherungen um die Auslastung ihrer Häuser. Eine Chance für den Erhalt dieser Orte und die damit verbundene touristische Infrastruktur der gesamten Umgebung besteht nur durch die Ansprache der selbstzahlenden Gesundheitsurlauber.¹⁰⁰ Durch eine Mischung aus Rehabilitationsbehandlungen und vorsorgenden Gesundheitsangeboten können die Heilbäder mit den umliegenden Orten auf dem konkurrierenden Gesundheitsmarkt bestehen.¹⁰¹ Mit der Kombination von Gesundheitsurlaub mit den dazugehörigen Erholungsangeboten, regionaler Kultur sowie Naturattraktionen und den entsprechenden Marketingmaßnahmen können neben den Kurkliniken auch andere touristische Anbieter der Region vom wachsenden Gesundheitstourismus profitieren.

5.2 Saale-Orla-Kreis

Der im Südosten Thüringens gelegene Saale-Orla-Kreis wurde 1994 gegründet und besteht aus 12 Städten und 73 Gemeinden.¹⁰² Mit einer Gesamtfläche von 1.148 km² ist er der drittgrößte Landkreis Thüringens¹⁰³ und erstreckt sich von der Orlasenke im Norden bis zum oberen Saaletal sowie dem Thüringer Schiefergebirge im Süden. Durch den demografischen Wandel und den rückläufigen Geburtenziffern überwiegt der Anteil der älteren Bevölkerung. Demzufolge bilden die 50 bis 64-Jährigen mit 20.550 Personen die größte Altersgruppe der insgesamt 85.806 Einwohner im Landkreis.¹⁰⁴ Weiterhin zählt der Saale-Orla-Kreis zu den wirtschaftlich stärksten Landkreisen in Thüringen. Vor allem mittelständische Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen wie bspw. Industrie, Handwerk und Landwirtschaft siedelten sich in den vergangenen Jahrzehnten an. Die über 5.300 Unternehmen¹⁰⁵ sind eine wichtige Einnahmequelle für den Landkreis geworden und sichern zahlreiche Arbeitsplätze. Ein wichtiges Argument für die Ansiedlung der Betriebe ist die gut ausgebaute Infrastruktur mit der schnellen Anbindung an die Bundesautobahnen A9 und A4. Für den Tourismus ist die günstige Verkehrsanbindung ebenfalls vorteilhaft. Neben zahlreichen Sehens-

⁹⁹ Ebd.

¹⁰⁰ Ebd.

¹⁰¹ Ebd.

¹⁰² Vgl. Thüringer Landesamt für Statistik 2013, URL am 25.06.2013

¹⁰³ Vgl. Saale-Orla-Kreis 2013a, URL am 24.06.2013

¹⁰⁴ Vgl. Zensus 2011, URL am 24.06.2013

¹⁰⁵ Vgl. Saale-Orla-Kreis 2013, URL am 24.06.2013

würdigkeiten und einer abwechslungsreichen Landschaft verfügt der Saale-Orla-Kreis über große künstlich angestaute Wasserflächen der Saalestauseen. Zusammen mit dem im Westen angrenzenden Landkreis Saalfeld-Rudolstadt, dem ein Teil der Stauseen angehört, soll der Tourismus weiter ausgebaut werden.

5.3 Tourismus am Thüringer Meer

Der Tourismus gewinnt in wirtschaftlicher Sicht zunehmend an Bedeutung. Insbesondere die fünffach gestaute Saalekaskade mit den zwei großen Sperrmauern „Bleiloch“ und „Hohenwarte“ bietet beste Voraussetzungen für den Erholungstourismus in Kombination mit Natur-, Aktiv- und Wassertourismus. Umgeben vom walddreichen Gebiet des Thüringer Schiefergebirges wurde mit dem Bau der Saalekaskade ein einzigartiges Landschaftsbild geschaffen. Mit einer gestauten Wasserfläche von ca. 410 Mio. m³¹⁰⁶ bilden die Saalestauseen das Thüringer Meer, Deutschlands größtes zusammenhängendes Stauseegebiet. Die Region entwickelte sich zu einem Naherholungsgebiet mit mehreren Campingplätzen und kleinen Hotels. Mit dem Ausbau zahlreicher Rad- und Wanderwege wurden weitere Aktivangebote geschaffen. Trotzdem leidet das Thüringer Meer bis heute unter einem erheblichen Bekanntheitsdefizit. Fehlende Investoren und zu wenig Übernachtungsmöglichkeiten sind nur eine der Ursachen.¹⁰⁷

Die Saalekaskade im Überblick

¹⁰⁶ Vgl. Vattenfall 2013, URL am 24.06.2013

¹⁰⁷ Vgl. Häfner 2013 vom 24.06.2013



Abbildung 2: Überblick der Saalekaskade, Datenquelle: Vattenfall 2013

Ausdehnung	Gewässer		Touristische Nutzung
	Bleilochstausee	Hohenwartestausee	
Landkreis	Saale-Orla-Kreis	Saale-Orla-Kreis, Saalfeld-Rudolstadt	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrgastschiffahrt • Motorbootfahren • Bootsverleih • Wasserwandern • Kanufahren • Rudern • Segeln • Wasserski • Surfen, Kitesurfen • Angeln • Tauchen • Baden • Fährbetrieb (Hohenwartestausee)
Stauraum	215 Mio. m ³	182 Mio.m ³	
Wasserfläche	9,2 km ² Volumenmäßig der größte Stausee Deutschlands	7,3 km ²	

Tabelle 5: Stauseenüberblick Bleiloch und Hohenwarte, Datenquelle Vattenfall 2013

6 Analyse der Mitglieder-Kommunen

Die Region rund um das Thüringer Meer verfügt über landschaftliche Voraussetzungen die in Verbindung mit Dienstleistungen i. S. v. medizinischen Rehabilitationsmöglichkeiten und verschiedenen Aktivangeboten erholungsbedürftige Menschen ansprechen. Mit der Herausbildung von weiteren speziellen gesundheitsfördernden Produkten resp. Dienstleistungen, die nachweislich zur Erholungswirkung beitragen, will sich die Region ein Alleinstellungsmerkmal als „Top-Erholungsregion“ in Deutschland aufbauen. Demzufolge muss die Standortattraktivität der Städte und Gemeinden durch verbesserte Rahmenbedingungen erhöht werden. Dies ist erforderlich, um den Gast ein ganzheitliches Erscheinungsbild der Destination am Thüringer Meer zu vermitteln.

Die Mitglieder-Kommunen der KAG Thüringer Meer setzen sich zusammen aus 5 Städten und 15 Gemeinden. Den flächenmäßig größten Anteil an den Saale-Stauseen bzw. das „Thüringer Meer“ hat der Saale-Orla-Kreis, der somit 16 der 20 Mitglieder-Kommunen stellt. Die restlichen vier Mitglieder-Kommunen gehören zum Landkreis Saalfeld-Rudolstadt, welcher an den Hohenwartestausee grenzt. Vertreten werden die Kommunen durch die jeweiligen Bürgermeister. Den Vorstand bilden die zwei Landräte aus dem Saale-Orla-Kreis und dem Landkreis Saalfeld-Rudolstadt.

Die folgende Karte zeigt alle beteiligten Mitglieder-Kommunen der KAG Thüringer Meer:

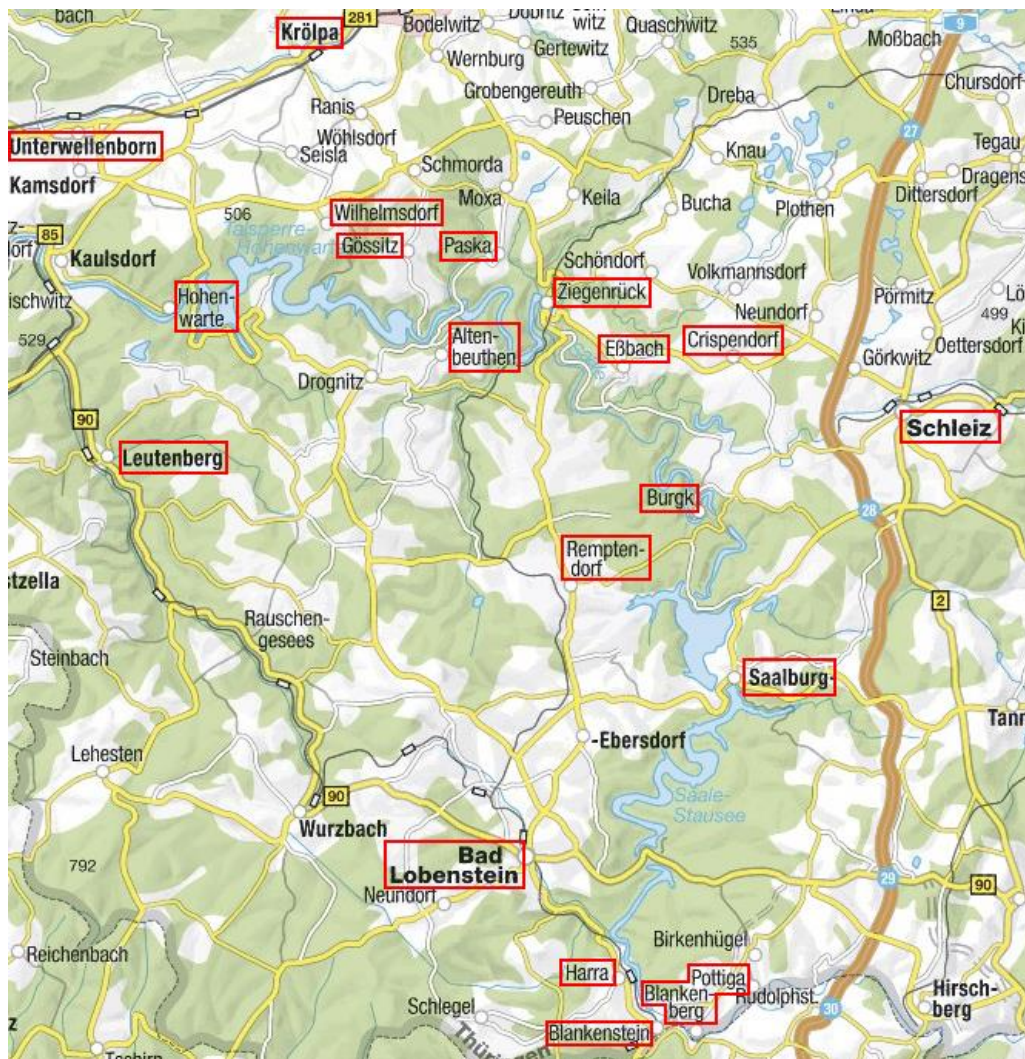


Abbildung 3: geografische Lage der Kommunen, eigene Darstellung nach Falk 2013

Stadt/Gemeinde	Merkmale			
	Landkreis	Einwohner Stand 31.12.2011 ¹⁰⁸	Tourist-Information	Touristische Besonderheiten
„Staatlich anerkanntes Moorheilbad“ Stadt Bad Lobenstein	SOK	6.365	Ja	<ul style="list-style-type: none"> • „Ardesia-Therme“ • Median-Klinik • Pedelec-Verleih
„Staatlich anerkannter Erholungsort“ Stadt Leutenberg	SLF-RU	2.348	Ja	<ul style="list-style-type: none"> • Naturpark-Haus Thüringer Schiefergebirge/ Obere Saale • Pedelec-Verleih
„Staatlich anerkannter Erholungsort“ Stadt Saalburg-Ebersdorf	SOK	3.713	Ja	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrgastschiffahrt, Wassersportangebote • Campingplätze „Kloster“, „Am Strandbad“
„Staatlich anerkannter Erholungsort“ Stadt Ziegenrück	SOK	722	Ja	<ul style="list-style-type: none"> • Wasserkraftmuseum • Boots- und Pedelec-verleih • „Naturcamping Plothental“
Stadt Schleiz	SOK	8.579	Ja	<ul style="list-style-type: none"> • Naturrennstrecke „Schleizer Dreieck“, Pedelec-Verleih

¹⁰⁸ Statistisches Bundesamt 2013, URL am 08.07.2013

	Landkreis	Einwohner Stand 31.12.2011	Tourist-Information	Touristische Besonderheiten
Gemeinde Altenbeuthen	SLF-RU	220	Ja	<ul style="list-style-type: none">• Mühlenfähre• Gleitschirmfliegen
Gemeinde Blankenberg	SOK	986	Nein	<ul style="list-style-type: none">• keine
Gemeinde Blankenstein	SOK	838	Ja	<ul style="list-style-type: none">• Beginn/Ende des Rennsteiges, Selbitzplatz
Gemeinde Burgk	SOK	91	Nein	<ul style="list-style-type: none">• Museum Schloss Burgk• Aussichtsturm
Gemeinde Crispendorf	SOK	388	Nein	<ul style="list-style-type: none">• Ferienland Crispendorf
Gemeinde Eßbach	SOK	244	Nein	<ul style="list-style-type: none">• keine
Gemeinde Gössitz	SOK	327	Nein	<ul style="list-style-type: none">• Campingplatz Neumannshof
Gemeinde Harra	SOK	869	Nein	<ul style="list-style-type: none">• Heimatmuseum

	Landkreis	Einwohner Stand 31.12.2011	Tourist-Information	Touristische Besonderheiten
Gemeinde Hohenwarte	SLF-RU	153	Ja	<ul style="list-style-type: none"> Fahrgastschiffahrt, Wassersportangebote Pumpspeicherkraftwerk Minigolfanlage, Kegelbahn
Gemeinde Krölpa	SOK	2.941	Nein	<ul style="list-style-type: none"> Keine
Gemeinde Paska	SOK	109	Nein	<ul style="list-style-type: none"> Eco-Campingplatz Linkenmühle
Gemeinde Pottiga	SOK	436	Nein	<ul style="list-style-type: none"> Aussichtsplattform am Wachhügel
Gemeinde Remptendorf	SOK	3.767	Nein	<ul style="list-style-type: none"> Gemeindegebiet erstreckt sich zwischen dem Bleiloch- und Hohenwartestausee
Gemeinde Unterwellenborn	SLF-RU	6.336	Nein	<ul style="list-style-type: none"> Campingplatz Saalthal-Alter im Ortsteil Bucha
Gemeinde Wilhelmsdorf	SOK	218	Nein	<ul style="list-style-type: none"> Mooshäuschen Campingplatz Portenschmiede

Tabelle 6: Merkmale der Mitglieder-Kommunen

6.1 Zielgruppen für die Region am Thüringer Meer

Damit die Region gesundheitsfördernde Produktinnovationen entwickeln kann, müssen zuerst die potenziellen Zielgruppen der Erholungsurlauber am Thüringer Meer bestimmt werden. Die Zielgruppenanalyse ist für eine Destination unbedingt notwendig, damit die entsprechenden Anforderungen der jeweiligen Segmente in die Produktentwicklung einfließen können. Allerdings erscheint eine genaue Segmentierung der Erholungsurlauber sehr schwierig, da diese Zielgruppe weitgehend alle Altersgruppen und sozialen Schichten betrifft. Jedoch können anhand der verschiedenen Belastungssituationen aufgrund beruflicher oder familiärer Beanspruchungen unterschiedliche Anforderungen und Interessen der erholungsbedürftigen Menschen festgestellt werden. Demzufolge können für die Erholungsregion am Thüringer Meer drei unterschiedliche Urlaubertypen definiert werden:¹⁰⁹

¹⁰⁹ Vgl. BMWI 2013, S. 13

Merkmale	Zielgruppen		
	Wasserorientierte Erholungssuchende	Naturbegeisterte Best Ager	Konservative Gesundheitsorientierte
Alter	30 bis 40 Jahre	50 bis 60 Jahre	ab 65 Jahre
Gesundheitszustand	<ul style="list-style-type: none"> Teilweise physisch und psychisch erschöpft 	<ul style="list-style-type: none"> Körperlich fit 	<ul style="list-style-type: none"> Häufig alterstypische Erkrankungen
Interessen	<ul style="list-style-type: none"> Passive Erholung Etwas für Körper und Seele tun Alltagsstress abbauen Frische Kraft sammeln 	<ul style="list-style-type: none"> Aktive Freizeitbeschäftigungen in einer unberührten Natur Etwas für die Gesundheit tun Kennenlernen regionaler und kultureller Besonderheiten 	<ul style="list-style-type: none"> Verbesserung der Gesundheit → „Kur im Urlaub“ Sehenswürdigkeiten und Naturattraktionen kennenlernen
Anforderungen	<ul style="list-style-type: none"> Familienorientierte Angebote Kombination von Wasser und Land 	<ul style="list-style-type: none"> Flexible Erholungs- und Aktivangebote Genuss, Komfort und Service Umwelt und Nachhaltigkeit 	<ul style="list-style-type: none"> Sicherheit Komfort und Service Medizinisch-therapeutische Grundsicherung Barrierefreiheit

Tabelle 7: Zielgruppenbeschreibung, eigene Darstellung nach BMWI 2013, S. 13

6.2 Bewertung der Ortsbilder

Die Anforderungen der Erholungsurlauber beziehen sich jedoch nicht nur auf das Produkt- bzw. Dienstleistungsangebot, sondern auch auf die örtlichen Rahmenbedingungen der Städte und Gemeinden. Diese zwei Komponenten beeinflussen gemeinsam die Wahrnehmung des Urlaubers über das Gesamtbild einer Destination. Demnach beurteilt der Gast nicht nur die Qualität der angebotenen Produkte und Dienstleistungen, entscheidend ist das Umfeld, in dem er die Leistung konsumiert. Wenn bei einem Erholungsurlauber keine positiven Emotionen in einem Ort hervorgerufen werden, empfindet er das angebotene Produkt ebenfalls als nicht positiv. Mit hoher Wahrscheinlichkeit wird er diesen Ort kein zweites Mal besuchen und im schlimmsten Falle überträgt er diese negative Erfahrung auf die gesamte Destination. Natürlich kann die Betrachtungsweise der einzelnen Urlauber sehr unterschiedlich sein, deshalb kommt es vielmehr darauf an dem Gast „*Erlebnisräume*“ zu bieten.¹¹⁰ Diese stehen in unmittelbaren Zusammenhang mit den örtlichen Rahmenbedingungen und beinhalten u. a. die Gestaltung von Grünanlagen und öffentlichen Plätzen, Informations- und Wegeleitsystemen sowie Beleuchtung und Architektur.¹¹¹ Die Rahmenbedingungen müssen in Einklang zu den regionalen Besonderheiten stehen und können bei richtiger Umsetzung zu einem positiven Erscheinungsbild führen, welches der Gast wahrnimmt. Demnach kann die Durchführung von örtlichen Verschönerungsmaßnahmen resp. einer verbesserten Infrastruktur dem Ortsbild zusätzliche Attraktivität verleihen und den Wert der Destination steigern.¹¹²

Die nachfolgende Analyse bewertet den aktuellen Ist-Zustand der einzelnen 20 Mitglieder-Kommunen bzgl. der Ortsbilder sowie der öffentlichen Infrastruktur und den Informationssystemen. Diese Kriterien wurden mittels einer selbst erstellten Checkliste und durch Befragungen an die jeweiligen Bürgermeister der Mitglieder-Kommunen durchgeführt. Dabei werden die beteiligten Kommunen in drei Gebiete unterteilt.

¹¹⁰ Vgl. BMWI 2013, S. 29

¹¹¹ Ebd.

¹¹² s. Kap. 3.1, S. 9

Einteilung der Gebiete

Gebiet 1 analysiert Städte und Gemeinden, die sich in direkter Lage an den Saalestauseen befinden. Berücksichtigt werden hier ebenfalls die Orte Burgk, Blankenberg, Blankenstein und Pottiga, die am Flusslauf der Saale liegen.

Gebiet 2 umfasst Städte und Gemeinden, die nicht unmittelbar an den Saalestauseen liegen, sondern die der Erholungsurlauber durchfährt oder durchwandert wenn er zu den Stauseen möchte. Die Orte Bucha, Wilhelmsdorf und Gössitz verfügen über Campingplätze an den Stauseeufern. Sie werden dennoch in dieses Gebiet eingeordnet, weil diese Arbeit ausschließlich die Ortsbilder analysiert.

Gebiet 3 befasst sich mit den drei „Staatlich anerkannten Erholungsorten“ und einem Kurort, die schon spezielle Kompetenzen für den Erholungstourismus besitzen. Beurteilt werden die Stärken und Schwächen.

Kurzfassung der bewerteten Kriterien

(Die ausführliche Checkliste befindet sich im Anhang.)

Bestandteile Ortsbild		
Ortseingang/Stadtzufahrten	Ortszentrum	Beschilderung/Auskunft
<ul style="list-style-type: none"> • Wirkung des ersten Eindruckes „grün“ und „offen“ • Willkommensgefühl vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> • Bepflanzung und Grünanlagen öffentlicher Räume • Gestaltung der Ruheanlagen, Zustand der Sitzmöbel • Teich-, Bach oder Flusslauf vorhanden und deren Zustand • Straßen- und Wegeführung • Parkplätze vorhanden, • Öffentliche WC-Anlagen • Sauberkeit im Ort • Barrierefreiheit 	<ul style="list-style-type: none"> • Ist der Zugang zum Wasser ersichtlich • Vorhandensein und Zustand von Informationstafeln • Wegweiser bzgl. Rad- und Wanderwege • Darstellung der Stadtpläne • Hinführung und Information zu Sehenswürdigkeiten ersichtlich • Beschilderung im Ort ausreichend vorhanden und übersichtlich gestaltet

Tabelle 8: Kurzfassung der Checkliste

Gebiet 1: Städte/Gemeinden							
Ortsbild		Hohenwarte	Burgk	Blankenberg	Harra	Blankenstein	Pottiga
	Ortseingang	Begrünt, Blick auf Stausee	Begrünt, Blick auf Aus- sichtsturm	Begrünt, Blick auf Wald und Ort	Begrünt, offener Blick	Wenig begrünt, Begrüßungstafel kaum sichtbar	Begrünt, unsauber
	Grünflächen	Sehr gepflegt	Sehr gepflegt	Sehr gepflegt	Nicht ausreichend	Nicht ausreichend	Nicht ausreichend
	Ruhezonen	Sehr guter Zu- stand	Sehr guter Zustand	Guter Zustand	Schlechter Zu- stand	Falsche Standorte	Mäßiger Zustand
	Parkplätze	Im Zentrum und Wassernähe	Barrierefrei, PKW- und Busparkplätze	Im Zentrum, Wan- derparkplatz	Im Zentrum	Zentrum, Hin- führung schlecht	Im Zentrum
	Gesamteindruck	Sehr gepflegt, keine gestalteri- sche Verbesse- rung nötig	Sehr gepflegt, keine gestalteri- sche Verbesse- rung nötig	Gut gepflegt, Keine gestalteri- sche Verbesse- rung nötig	Sauber und über- sichtlich, zu wenig Grünflächen im Ort	Sauber, nicht übersichtlich, zu wenig Grünflächen	Mehr Sauberkeit, und gestalterische Verbesserung nötig
Auskunft	Informationstafeln	Übersichtlich, lesbar	Übersichtlich, lesbar	Sehr übersichtlich, gut lesbar	Sehr Übersichtlich, gut lesbar	Lesbar, falsche Standortwahl	Übersichtlich, teilweise schlecht lesbar
	Beschilderung	Einheitlich, gute Orientierungshilfe	Für die Größe des Ortes ausreichend	Übersichtlich, gute Wegweisung	Farben erleichtern Orientierung	Einheitliches Leitsystem fehlt	Ungenügend
	Stadt-/Ortsplan	Mehr Informa- tionen über Ort notwendig	Informationen in Schloss Burgk erhältlich	Sehr gut gestaltet	Sehr gut gestaltet, aktueller Standort markiert	Kaum vorhanden	Vorhanden
Erholungswirkung		Sehr gut	Sehr gut	Gut	Mäßig	Schwach	Schwach

Tabelle 9: Bewertung Gebiet 1

Die Gemeinde Hohenwarte ist unmittelbar an der gleichnamigen Staumauer angesiedelt und profitiert von der direkten Lage am Hohenwartestausee. Der Ort befindet sich insgesamt in einem nahezu perfekten Zustand. Zudem prägt die über 642 m¹¹³ lange Rohrbahn des vom Energieunternehmens Vattenfall betriebenen Pumpspeicher-Kraftwerkes das Ortsbild. Gäste werden anhand der durchgehenden Beschilderung und der großen Informationstafeln an den Straßen zu den touristischen Angeboten im Ort geleitet. Durch die Ansiedlung des Energieunternehmens Vattenfall erhält der Ort im Vergleich zu den anderen Mitglieder-Kommunen finanzielle Unterstützung und kann zukünftig in die weitere Tourismusentwicklung investieren. Über ein ebenfalls sehr gepflegtes Erscheinungsbild verfügen die Gemeinden Burgk und Blankenberg. Jedoch wurde in Blankenberg der Standort eines Informationspunktes falsch gewählt und beeinträchtigt das Erscheinungsbild. Mit dem Bau des Aussichtsturms ist in Burgk eine zusätzliche Einnahmequelle entstanden. Außerdem wurde bei der Gestaltung des Parkplatzes mit den angrenzenden WC-Anlagen auf Barrierefreiheit geachtet. Die Herausforderung wird zukünftig die Instandhaltung des Ortes sein.

Die Gemeinden Blankenberg, Harra, Blankenstein und Pottiga weisen deutliche Schwachstellen auf wenn es um das Erscheinungsbild des Ortes geht. So begrüßt bspw. die Besucher am Ortseingang von Pottiga ein großer Stapel Altreifen. Demnach ist der erste Eindruck negativ und die Gemeinde hat unter allen Mitglieder-Kommunen den unschönsten Ortseingang. Das Ortszentrum ist hingegen gut gestaltet und verfügt über Ruhezonen und Informationspunkte. Allerdings werden Besucher kaum darauf aufmerksam gemacht, dass der Ort über eine Bootsanlegestelle verfügt. Diese ist schlecht ausgeschildert und wird vielmehr zufällig entdeckt.

Harra ist insgesamt ein gepflegter Ort, der durch die Ergänzung von Grünanlagen noch attraktiver wirken kann. Eine wichtige Orientierungshilfe für den Gast ist die Markierung des aktuellen Standortes auf den Informationskarten. Dies ist bei den anderen Mitglieder-Kommunen zu bemängeln und somit ein Vorteil der Gemeinde. Schwächen zeigt der Ort bei den Ruhezonen. Deren Standorte sind gut gewählt, jedoch sind die

¹¹³ Vgl. Gemeinde Hohenwarte, URL am 11.07.2013

Sitzmöbel in einem katastrophalen Zustand. Dieser Zustand muss dringend verbessert werden, um Besucher für eine kurze Erholungspause zu animieren.

Die Gemeinde Blankenstein vermittelt noch nicht den Eindruck einer ländlichen Erholungsregion. Ein Problem ist die Beschilderung, welche einerseits außerhalb des Blickwinkels der Autofahrer angebracht ist und somit kaum wahrnehmbar ist. Andererseits ist die Wegeführung nicht immer eindeutig und wird teilweise unterbrochen. Infolgedessen verlassen Besucher aufgrund der fehlenden Orientierung den Ort und fahren weiter. Somit entgehen den Anbietern zusätzliche Einnahmen. Des Weiteren sind die Standorte der Ruhezonen und Informationspunkte schlecht gewählt. So befindet sich bspw. ein Informationspunkt in direkter Angrenzung zum Bahnübergang. Dies stellt eine Gefahr für Kinder und Erwachsene dar und in der Umgebung von vorbeifahrenden Zügen kann sich kein Gast erholen. Jedoch sind Veränderungen in der Gemeinde geplant und wurden teilweise schon umgesetzt. Der Selbitzplatz, wo der Rennsteig-Höhenwanderweg beginnt bzw. endet, wurde neu gestaltet und soll mehr Besucher anziehen. Durch eine einheitliche Beschilderung, die mit zusätzlichen Wiedererkennungssymbolen in Form eines Wanderstiefels versehen ist, soll die Hinführung zum Selbitzplatz vereinfacht werden. Dies ist zwar eine erste Verbesserung, doch sollte auf die Gesamterscheinung des Ortes geachtet werden. Bevor der Gast den „Rennsteigbeginn“ betritt, nimmt er erst das Ortsbild wahr und dieses hat bislang noch nicht die erwünschte positive Erholungswirkung vorzuweisen.

Gebiet 2 (Teil 1): Städte/Gemeinden						
Ortsbild		Wilhelmsdorf	Gössitz	Bucha (Unterwellenborn)	Paska	Krölpa
	Ortseingang	Begrünt	Begrüßungstafel wirkt nicht einladend	Begrünt, sehr offen	Begrünt	Begrünt, Begrüßungstafel
	Grünflächen	Sehr gepflegt	Sehr gepflegt	Sehr gepflegt	Gepflegt	Gepflegt
	Gewässer	Teich mit Sitzmöbeln, Kinderspielplatz	Teich mit Sitzmöbeln	Keine	Teich mit Sitzmöbeln	Bachlauf
	Ruhezonen	Sehr guter Zustand	Guter Zustand	Guter Zustand	Mäßiger Zustand	Mäßiger Zustand
	Parkplätze	Ja, zusätzlicher Wanderparkplatz	Vorhanden	Vorhanden	Vorhanden	Vorhanden
	Gesamteindruck	Sehr gepflegt, Keine gestalterische Verbesserung nötig	Sehr gepflegt, Keine gestalterische Verbesserung nötig	Sehr gepflegt, Keine gestalterische Verbesserung nötig	Bisherige Gestaltung überzeugt nicht	Sehr weitläufig, Ortszentrum schwer zu finden
Auskunft	Informationstafeln	Nicht vorhanden, nur Auskunft zu Rad-/Wanderwegen	Nicht vorhanden, Auskunft zu Rad-/Wanderwegen	Vorhanden, Mäßiger Zustand	Nicht vorhanden, nur Beschilderung Rad/Wanderwege	Nicht vorhanden, nur Auskunft zu Rad-/Wanderwege
	Hinführung zu Stausee	Gering	Nicht vorhanden	Gering	Nicht vorhanden	Gering
Erholungswirkung im Ort						
		Sehr gut	Gut	Gut	Schwach	Schwach

Tabelle 10: Bewertung Gebiet 2 (Teil 1)

Gebiet 2 (Teil 2): Städte/Gemeinden						
Ortsbild		Schleiz	Eßbach	Remptendorf	Crispendorf	Altenbeuthen
	Ortseingang	Alle vier Ortseingänge nicht einladend	Offener Ausblick	Begrünt	Begrünt	Schlechter Standort der Begrüßungstafel
	Grünflächen	Mäßig gepflegt	Sehr gepflegt	Gepflegt	Mäßig gepflegt	Gepflegt
	Gewässer	Bachlauf	Teich mit Sitzmöbeln	-	Teich mit Sitzmöbeln	Teich mit Sitzmöbeln
	Ruhezonen	Mäßiger Zustand	Sehr guter Zustand	Kaum vorhanden	Kaum vorhanden	Guter Zustand
	Parkplätze	Vorhanden	Vorhanden	Vorhanden	Vorhanden	Ja, Wanderparkplatz sehr ungepflegt
	Gesamteindruck	Gestaltung der öffentlichen Plätze zu unterschiedlich, kein einheitliches Erscheinungsbild	Sehr gepflegt, Keine gestalterische Verbesserung nötig	Ort kann mit einigen Gestaltungsmaßnahmen aufgewertet werden	Bisherige Gestaltung überzeugt nicht, teilweise sehr unsauber	Ort kann mit einigen Gestaltungsmaßnahmen aufgewertet werden
Auskunft	Informationstafeln	Vorhanden, kein einheitliches Erscheinungsbild	Vorhanden, nicht beschriftet, keine Informationen über Ort	Mäßiger Zustand, keine Informationen über Gemeinde	Schlechter Zustand, Ausschilderung Ferienland kaum sichtbar	Guter Zustand aber kaum Informationen über Ort
	Hinführung zu Stausee	Gering	Nicht vorhanden	Gering	Nicht vorhanden	Ausschilderung Mühlenfähre
Erholungswirkung im Ort						
		Mäßig	Gut	Mäßig	Schwach	Mäßig

Tabelle 11: Bewertung Gebiet 2 (Teil 2)

Die Gemeinde Wilhelmsdorf hat unter den „sogenannten Durchfahrtsorten“ auf dem Weg zum Thüringer Meer das gepflegteste Ortsbild. Gepflasterte Wege, großzügig gestaltete Ruhezonen und Grünflächen formen das Ortsbild. Zusätzlich verfügt der Ort über einen Wanderparkplatz mit Informationspunkt zu den umliegenden Wanderwegen. Jedoch erhalten die Gäste während der Durchfahrt keinerlei Informationen über den Ort und seine Besonderheiten wie bspw. das „Mooshäuschen“. Demzufolge fahren Besucher weiter zu den Stauseen oder zu den umliegenden Campingplätzen. Die fehlenden Informationspunkte in Bezug auf den eigenen Ort betreffen nicht nur Wilhelmsdorf. Alle analysierten Gemeinden aus Zone 2 geben keine Informationen über den eigenen Ort an Besucher weiter. Wird dem Gast keine Geschichte über den Ort erzählt, kann er trotz eines hervorragenden Ortsbildes keine Verbindung bzw. Emotion aufbauen. Ein Beispiel dafür ist die Gemeinde Eßbach. Durch die Umsetzung des Dorferneuerungsprogrammes hat der Ort ein attraktives Erscheinungsbild mit neu gestalteten öffentlichen Plätzen bzw. Ruhezonen erhalten. Aus Sicht des Durchreisenden besteht trotzdem kein Grund im Ort Rast zu machen, weil auf nichts „Erlebbares“ hingewiesen wird. Durch den Aufbau einer Geschichte in Verbindung mit weiteren Auskünften zum Ort wird das Interesse des Gastes geweckt und er nimmt den „Erlebnisraum“ eines Ortes bewusst wahr. Demnach muss den Gemeinden bewusst werden, dass Besucher sich nicht selbst auf die Suche nach Erlebnissen resp. Besonderheiten machen, sondern darauf hingewiesen werden müssen.

Des Weiteren haben sich einige Gemeinden für zusätzliche Begrüßungstafeln entschieden, um den Ortseingang aufzuwerten. Dabei ist für die Wirkung entscheidend in welcher Umgebung diese aufgestellt ist. Ein Begrüßungsschild inmitten einer Kurve und auf einer Wiese stehend wie bspw. in der Gemeinde Altenbeuthen wird kaum wahrgenommen. Ist das Begrüßungsschild umgeben von Bäumen resp. Gehölzen und noch zusätzlich mit Blumen geschmückt, wird es vom Gast bewusst und positiv aufgenommen. Das Gesamtbild am Ortseingang ist stimmig und bleibt im Gedächtnis der Besucher.¹¹⁴ Jedoch muss sich diese positive Emotion auch im Ortskern fortsetzen, damit sich der Gast nicht getäuscht fühlt. Der Ortseingang vermittelt innerhalb weniger Sekunden den ersten Eindruck eines Ortes. Wird dieser von den Gästen negativ empfunden und es stellt sich nicht das gewünschte „Willkommens-Gefühl“ ein, ist es relativ unwahrscheinlich, dass der eigentlich wichtige Ortskern noch für positive Emotionen sorgen kann.

¹¹⁴ Vgl. Petzold/Bollmann 2009, S. 32

Gebiet 3: Bewertung			
Kur- und Erholungsorte		Stärken	Schwächen
	Bad Lobenstein	<ul style="list-style-type: none"> Großzügige Parkanlage Beschilderung ist einheitlich und mit zusätzlichen Symbolen versehen, Orientierung ist dadurch einfacher Erholungs- und gesundheitsfördernde Angebote vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> Einige Informationstafeln sind in einem schlechten Zustand Beschriftung fehlt teilweise, Wanderkarten kaum lesbar Hinführung zu Stauseen kaum vorhanden
	Saalebürg-Ebersdorf	<ul style="list-style-type: none"> Direkter Zugang zum Bleilochstausee, dadurch Wassersport- und Bademöglichkeiten Fahrgastschiffahrt 	<ul style="list-style-type: none"> Begrenzte Parkmöglichkeiten im Zentrum, Großparkplatz befindet sich außerhalb des Zentrums, für ältere Gäste problematisch Beschilderung nicht immer eindeutig zu verstehen, schwer lesbar und teilweise schlechter Standort An öffentlichen Plätzen Verweis auf Tourist-Information aber keine Angabe der Öffnungszeiten
	Leutenberg	<ul style="list-style-type: none"> Historische Altstadt Naturparkhaus als Attraktion des Naturparks Thüringer Schiefergebirge/Obere Saale 	<ul style="list-style-type: none"> Große Distanz zu den Stauseen im Vergleich zu anderen Orten
	Ziegenrück	<ul style="list-style-type: none"> Direkt an der Saale gelegen, dadurch Wassersportmöglichkeiten Aussichtspunkt vor Ortseinfahrt 	<ul style="list-style-type: none"> Leerstehende Häuser beeinträchtigen Stadtbild negativ

Tabelle 12: Bewertung Gebiet 3

Alle drei „Staatlich anerkannten Erholungsorte“ Leutenberg, Saalburg-Ebersdorf, Ziegenrück und der Kurort Bad Lobenstein verfügen bereits über die erforderlichen Komponenten in Bezug auf die Gestaltung der Ortsbilder. Durch das bereits bestehende Produkt- und Dienstleistungsangebot im Bereich Rehabilitation und Gesundheitserhaltung besitzt Bad Lobenstein alle notwendigen Kompetenzen um eine Art Vorbildfunktion in der Region einzunehmen. Mit der Vernetzung anderer touristischer Anbieter der Region ist es möglich, Produktinnovationen zu schaffen und die bestehenden Angebote zu erweitern um möglichst allen Anforderungen der unterschiedlichen Zielgruppen gerecht zu werden.

Die Stadt Saalburg-Ebersdorf wirbt auf ihrer Homepage und auf Informationstafeln mit dem Standort des größten Stausees Deutschlands. Dabei wird nicht erwähnt, dass es sich um den Bleilochstausee handelt. Damit fehlt den Besuchern ein wichtiges Wiedererkennungsmerkmal. Zwar erinnert sich der Gast an die direkte Lage am Wasser, doch ihm ist nicht bewusst, dass er das „Thüringer Meer“ besucht hat. Damit die zukünftige Vermarktung einen wirksamen und einprägenden Effekt erzielt, muss die Botschaft „...am größten Stausee Deutschlands“ in Verbindung mit dem Bleilochstausee und dem Thüringer Meer klar und deutlich formuliert werden. Vorteilhaft ist wiederum das vielfältige Angebot an Wassersportmöglichkeiten für Erholungsurlauber, die aktive Freizeitaktivitäten bevorzugen. Für Familien eignet sich zudem ein Besuch im Märchen- oder Kletterwald sowie der Sommerrodelbahn. Verbessert werden muss hingegen die teilweise für Verwirrung sorgende Beschilderung hinsichtlich der Schiffsanlegestellen. Ebenfalls die Schließung des Hotels „Fürstenhöhe“, welches durch seinen Standort mit Ausblick auf das Saaletal einzigartig ist, wirkt sich nachteilig auf die Beherbergungsstruktur der Stadt aus.

Ziegenrück, die kleinste Stadt am Thüringer Meer verfügt trotz ihrer geringen Einwohnerzahl über eine gute öffentliche Infrastruktur. Insbesondere ältere Erholungsurlauber, die Sicherheit hinsichtlich medizinischer Versorgung suchen, erwartet eine gut verfügbare Grundversorgungsstruktur. Der gute Zustand des Ortes ist ebenfalls auf die engagierten Einwohner, Vereine und Gewerbetreibenden zurück zu führen. Die Stadt Leutenberg ist bzgl. der weiteren Tourismusentwicklung ebenfalls sehr engagiert, was wiederum im Ortsbild, an den Informationssystemen und den touristischen Angeboten erkennbar ist. Einziger Nachteil der Stadt, ist im Gegensatz zu den anderen Mitglieder-Kommunen die relativ große Distanz zu den Stauseen.

6.3 Selbsteinschätzung der Kommunen

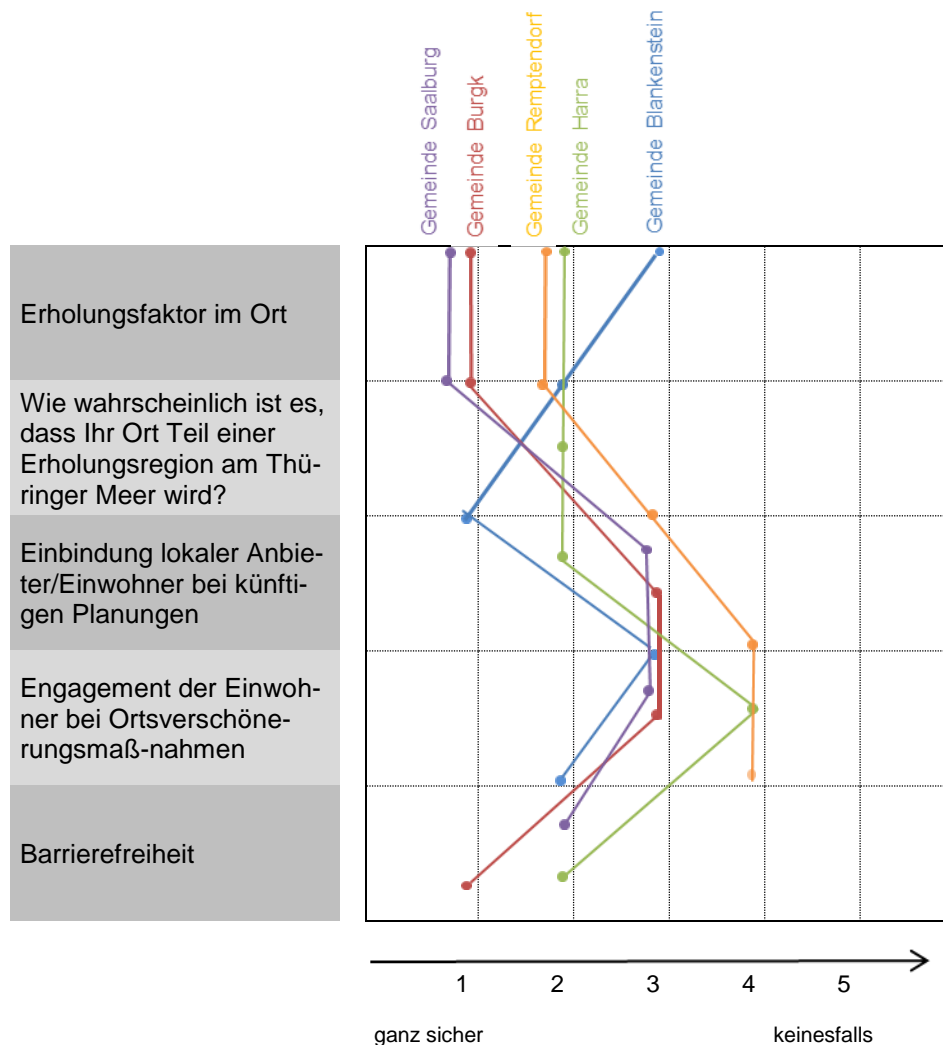


Abbildung 4: Selbsteinschätzung Mitglieder-Kommunen, eigene Darstellung

Mittels einer Befragung an fünf Bürgermeister der Mitglieder-Kommunen war es möglich Informationen über die weitere Vorgehensweise der Tourismusentwicklung zu erhalten. Des Weiteren konnte für diese Arbeit herausgefunden werden, inwiefern die Städte und Gemeinden ihr derzeitiges Erholungspotenzial einschätzen. Demnach erhoffen sich die befragten Kommunen durch den Aufbau einer Erholungsregion eine bessere Vernetzung mit den anderen regionalen Anbietern. Dadurch können Touristen speziellere und auf deren Anforderungen angepasste Dienstleistungsbündel erwarten. Weiterhin beklagen alle befragten Bürgermeister das geringe Engagement ihrer Einwohner bzgl. der Verbesserung und Instandhaltung der Ortsbilder. Dementsprechend niedrig fällt die Beteiligung der Bewohner bei ehrenamtlichen Tätigkeiten aus. Vielerorts werden Maßnahmen erst nach Aufforderung der Bürgermeister umgesetzt. Durch eine intensivere Einbindung der Einwohner und örtlicher Anbieter in Entscheidungsfragen kann das Engagement gesteigert werden.

Insgesamt gehen die Kommunen mit hoher Wahrscheinlichkeit davon aus, Bestandteil einer Erholungsdestination zu werden und schätzen sich bis auf die Gemeinde Blankenstein erholungsfördernd ein. Dabei muss erwähnt werden, dass der Ort Blankenstein seine Defizite bzgl. des örtlichen Erscheinungsbildes erkannt hat und Verbesserungen anstrebt. Problematisch bei der Umsetzung ist die finanzielle Situation des Ortes. Bis zum Jahr 2015 wird die Gemeinde zahlungsunfähig sein. Demzufolge sind weitere Investitionen für den Ausbau der touristischen Infrastruktur nicht möglich. Aufgrund fehlender finanzieller Mittel in fast allen beteiligten Kommunen ist die Umsetzung der geplanten Maßnahmen für den Aufbau einer Erholungsregion gefährdet. Zudem erscheint die Einschätzung der Gemeinde Remptendorf, die sich nach eigenen Angaben als ziemlich erholungsfördernd einstuft, fraglich. Der Ort kann bisher keine erholungswirksamen Rahmenbedingungen vorweisen und die Einführung eigener touristischer Angebote ist nicht geplant. Demnach sollen Touristen weiterhin auf angebotene Dienstleistungen der umliegenden Orte zurückgreifen. Ohne dem Gast etwas präsentieren zu können, wird es die Gemeinde Remptendorf schwer haben zusätzliche Einnahmen durch Touristen zu gewinnen. Des Weiteren wollen alle befragten Kommunen bei der weiteren Planung auf Barrierefreiheit achten. Der Aufbau barrierefreier Einrichtungen ist jedoch sehr kostenintensiv und beinhaltet nicht nur die Zugänglichkeit zu den Freizeitangeboten im Ort, sondern die gesamte Dienstleistungskette beginnend mit den Anreisemöglichkeiten der Gäste.

Das Bewusstsein über die Notwendigkeit einer stärkeren Vernetzung und die Verbesserung der Kommunikation zwischen den Leistungsträgern ist eine wichtige Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Tourismusentwicklung in der Region. Dieser wichtige Faktor wurde von allen befragten Bürgermeistern genannt und muss zukünftig durchgesetzt werden.

6.4 Zukünftige Anforderungen

Die Mitglieder-Kommunen der KAG Thüringer Meer müssen zukünftigen Touristen ein Erholungsumfeld mit emotionalen Erlebnissen bieten, das auf regionalen Themen und Besonderheiten beruht und einen Wiedererkennungswert bei den Besuchern herstellt. Ein wichtiger Bestandteil eines Erholungsumfeldes sind die Orte gefolgt von der landschaftlichen Vielfalt, den Mobilitätsbedingungen, den Beherbungs- und Gastronomiebetrieben sowie den Gesundheitszentren. Mit der Durchführung von ortsverschönernden Maßnahmen wird das Gesamtbild der Destination beeinflusst und eine Atmosphäre, in der sich der Gast wohlfühlt, trägt wesentlich zur Erholungswirkung bei. Damit die Mitglieder-Kommunen ein einheitliches Erscheinungsbild vorweisen können und die Region sich zu einer „Top-Erholungsregion“ entwickeln kann, müssen folgende grundlegende Anforderungen erfüllt werden:

Ausschilderung zu den Stauseen

Die Hinführung der Touristen zum Thüringer Meer ist bisher zu gering und muss verbessert werden. Hinweisschilder sind bereits an der Autobahn A9 vorhanden, jedoch wird der Gast in der Region rund um die Stauseen nicht durchgängig zu den Stauseen geleitet. Betroffen ist vor allem der Saale-Orla-Kreis, welcher die größten Anteile an beiden Stauseen besitzt. Hier war festzustellen, dass die Hinführung teilweise unterbrochen und erst kilometerweit fortgesetzt wird. Der Gast erhält keinen Anhaltspunkt in welcher Richtung die Stauseen zu finden sind und wie weit entfernt er ist. Vor allem in den sogenannten „Durchfahrtsorten“ ist die Beschilderung mit Angabe der Distanz zu den Stauseen unbedingt notwendig. Im Landkreis Saalfeld-Rudolstadt wurde die Ausschilderung zum Hohenwartestausee bislang gut umgesetzt. Dennoch muss eine exakte und durchgängige Hinführung in beiden Landkreisen gleichermaßen vorhanden sein, um Reisende frühestmöglich auf das Thüringer Meer hinzuweisen.

Beschilderung in den Mitglieder-Kommunen

In den beteiligten Städten und Gemeinden ist auf eine einheitliche, blendfreie und kontrastreiche Beschilderung zu achten, die zur besseren Orientierung der Gäste beiträgt.¹¹⁵ Einige Kommunen wie bspw. die Gemeinde Hohenwarte und die Stadt Bad Lobenstein haben dies bereits umgesetzt und ermöglichen durch gut lesbare Schilder, die teilweise mit zusätzlichen Symbolen versetzt sind eine erleichterte Hinführung. Weiterhin müssen Hinweisschilder und Informationspläne in einer Höhe angebracht werden, wo sie ebenfalls für Gäste mit Mobilitätseinschränkungen sichtbar und lesbar sind.¹¹⁶ Auffallend ist außerdem, dass Gäste nicht zu den Badestellen rund um die Stauseen geführt werden. Neben den zahlreichen Wasserportmöglichkeiten, zählt auch baden und schwimmen zu den erholungsfördernden Aktivitäten. Demnach ist eine klare Ausschilderung zu den Badeplätzen unbedingt erforderlich.

¹¹⁵ Vgl. RKW Kompetenzzentrum u. a 2011, S 16

¹¹⁶ Ebd.

Öffentlicher Nahverkehr

Für die weitere Tourismusentwicklung ist eine Erweiterung des öffentlichen Verkehrsnetzes dringend notwendig. Bisher sind die Gemeinden in der Region kaum in das Liniennetz des Regionalverkehrs eingebunden. Dies erschwert vor allem Gästen, die ohne eigenes Fahrzeug anreisen die Nutzung verschiedener Angebote in der Region. Die eingesetzten Rufbusse sind keine dauerhafte Lösung, da diese ausschließlich nach Bedarf und Anmeldung fahren. Weiterhin erschwert die unzureichende Vernetzung zwischen Bus und Bahn die Anreise der Besucher. Eine bequeme Ankunft ist bis auf die selbstständige Anreise mit dem eigenen Fahrzeug bislang nur durch das Angebot eines Shuttle-Services der Hoteliers und Privatvermieter möglich. Die Erweiterung des öffentlichen Verkehrs trägt zu einer steigenden Nachfrage bei und sichert den Erhalt öffentlicher Angebote in der Region.

Servicequalität der Gastgeber

Im Mittelpunkt der touristischen Arbeit steht der Gast. Diese Aussage haben einige Anbieter und Einheimische in der Region noch nicht verinnerlicht. Zum Wohlbefinden des Gastes tragen nicht nur Produktinnovationen bei, entscheidend ist das Verhältnis zwischen Tourist und Gastgeber resp. Einheimischen. Gastgeber müssen kommunikativ und herzlich auf Gäste zugehen damit deren Zufriedenheit gesteigert wird. Damit den Gästen ein guter Service gewährleistet werden kann, müssen Mitarbeiter in touristischen Betrieben, insbesondere in Tourist-Informationen und Beherbergungsbetrieben auf die Bedürfnisse resp. Ansprüche der Zielgruppen eingestimmt werden. Besonders ältere Reisende legen viel Wert auf Sicherheit während ihrer Reise und wollen diese von ihrem Gastgeber vermittelt bekommen. Deshalb müssen vor allem Mitarbeiter ohne touristische Ausbildung regelmäßig gefördert und weitergebildet werden, um die eigenen Kompetenzen zu verbessern. Durch den Aufbau eines Qualitätsmanagementsystems und die damit verbundene Zertifizierung wird die Nachfrage in den Beherbergungsbetrieben erhöht. Vor allem anspruchsvollen Erholungsurlaubern wird bewusst Qualität und Komfort vermittelt, so dass die Region zusätzliche Attraktivität gewinnt.

Oberflächensanierung der Straßen

Weiterhin zählt zu den Anforderungen an die Mitglieder-Kommunen die Oberflächensanierung der Landesstraßen. Kaputte und von Schlaglöchern übersäte Straßen wirken nicht besonders einladend auf Besucher und mindern den Wert der Destination. Hierfür ist ein nennenswertes Beispiel die Landesstraße L1105, welche an der Gemeinde Wilhelmsdorf vorbeiführt. Es liegt in der Verantwortung der Landkreise die In-

standsetzung zu gewährleisten, um der Region eine ordnungsgemäße Infrastruktur zur Verfügung zu stellen.

Errichtung zusätzlicher Informationsstellen und Aussichtspunkten

Durch die Einrichtung zusätzlicher Informationsstellen erhalten Gäste fortlaufend Informationen über angebotene Dienstleistungen und erfahren Wissenswertes über die Region. Diese Informationsstellen eignen sich besonders in den kleineren Mitglieder-Kommunen, die in angrenzenden Tourist-Informationen nicht berücksichtigt werden und vor Ort bisher keine Informationen an Gäste weiterleiten. Dabei ist zu beachten, dem Gast die regionalen Besonderheiten und die Geschichte des jeweiligen Ortes näher zu bringen. Eingerichtet können diese Informationsstellen in den ortsansässigen Gastronomiebetrieben, die Bereitschaft der Betreiber muss hierbei vorausgesetzt werden. Demnach bekommen Gäste die Möglichkeit durch den persönlichen Kontakt mit den Einheimischen weitere Hinweise über die Region zu bekommen. Weiterhin können durch die Errichtung zusätzlicher Aussichtspunkte, die landschaftlichen Vorzüge der Region den Erholungsurlaubern besser präsentiert werden.

Aufbau einer barrierefreien Servicekette

Infolge des demografischen Wandels steigt der Anteil älterer Menschen mit Mobilitätseinschränkungen und chronischen Erkrankungen.¹¹⁷ Die Umsetzung barrierefreier Einrichtungen wird besonders in Verbindung mit erholungs- und gesundheitsfördernden Angeboten wichtiger. Demnach wird die Nachfrage nach barrierefreien Mobilitätsangeboten vor Ort sowie Unterkunftsmöglichkeiten und zugänglichen Freizeitangeboten weiter steigen. Durch die räumlich entfernten Angebote der Region müssen alle beteiligten Kommunen eine barrierefreie Servicekette aufbauen, um Gästen mit körperlichen Einschränkungen einen angenehmen Aufenthalt zu ermöglichen. Voraussetzung für die Umsetzung barrierefreier Angebote ist die Zusammenarbeit aller Kommunen und Anbieter sowie eine mängelfreie Infrastruktur.

¹¹⁷ s. Kap. 4.1.2, S. 28

7 Fazit

Während meiner Besichtigung der einzelnen Städte und Gemeinden waren große Unterschiede festzustellen. Besonders kleine Gemeinden, die nicht durch ortsansässige Unternehmen finanziell profitieren, zeigen deutliche Defizite und sind als Lebens- und Arbeitsmittelpunkt nicht mehr attraktiv. Die daraus resultierende negative Stimmung und die Unzufriedenheit vieler Einwohner sind im Ortsbild oft wieder erkennbar. „.... warum etwas machen, wenn es keinen interessiert und niemand dabei hilft...“ Diese Meinung vertreten zahlreiche Einwohner der Kommunen. Demzufolge wird nicht versucht durch gezielte Maßnahmen verbesserte Rahmenbedingungen herbeizuführen. Viele Einwohner sehen keine Perspektive und haben keinen nennenswerten Grund etwas zu ändern.

Außerdem stehen viele Einwohner der angestrebten Tourismusentwicklung noch skeptisch gegenüber. Hierbei müssen vor allem die jeweiligen Bürgermeister der Kommunen für eine bessere Aufklärung sorgen. Andererseits gibt es auch potenzielle Investoren, die an der Ausgangslage etwas ändern wollen und Bereitschaft zeigen, hohe Geldsummen in den Ausbau der Orte und der Infrastruktur zu investieren. Obwohl dies die Chance auf eine gesteigerte Lebensqualität ermöglicht und der Tourismus davon positiv beeinflusst wird, reagieren viele Einheimische mit Widerstand und Protest. Letztendlich wird an der Ausgangsposition nichts verändert. Demnach besteht aufgrund der sinkenden Einwohnerzahlen und der gleichzeitig älter werdenden Bevölkerung die Gefahr, dass kleinere Gemeinden aus der KAG Thüringer Meer in den nächsten Jahrzehnten nicht mehr existieren.

Weiterhin sind dem Großteil der Bevölkerung in den Kommunen die Potenziale der eigenen Region nicht bekannt. Das Bewusstsein für die landschaftliche Schönheit der Umgebung ist nicht vorhanden und die bisher geschaffenen Freizeitangebote werden von den Einheimischen oft nicht genutzt. Ebenfalls sind viele Anwohner nicht bereit Maßnahmen durchzuführen, die das Ortsbild attraktiver erscheinen lassen. Hierbei geht es vor allem um Kleinigkeiten, wie bspw. die Gestaltung des eigenen Vorgartens oder die Beseitigung von Abfall am Straßenrand. Dabei muss den Menschen verdeutlicht werden, dass Verschönerungen am Ortsbild nicht nur für Touristen durchgeführt werden, sondern das persönliche Wohlbefinden gesteigert wird.

Die Heimat am Thüringer Meer wird von vielen Einwohnern nicht richtig geschätzt. Demzufolge ist die Vermittlung eines positiven Eindruckes gegenüber dem Gast nicht möglich. Sind die Einwohner hingegen stolz auf ihre Region, strahlen sie dieses positive Gefühl auf Besucher aus. Auffällig ist außerdem das geringe Engagement der Einwohner bei der Durchführung ehrenamtlicher Tätigkeiten. Dies ist insbesondere ein Problem bei der Pflege der umfangreichen Wander- und Radwege in der Region.

Durch die vom Landrat des Saale-Orla-Kreises gestrichene Stelle des Mitarbeiters für touristische Infrastruktur, sind seit April 2013 der Ausbau und die Instandhaltung der Rad- und Wanderwege in professioneller Hinsicht nicht mehr möglich. Die Region ist besonders auf ein einwandfreies Wegenetz angewiesen, um Touristen erholungsfördernde Aktivangebote zu bieten. Durch diese negative Entscheidung ist zukünftig die Unterstützung und Aufmerksamkeit der Bevölkerung gefordert, um das dichte Rad- und Wanderwegenetz Instand zu halten. Aufgrund fehlender ehrenamtlicher Mitarbeiter in den Kommunen kann die Pflege des umfangreichen Wegenetzes langfristig nicht gewährleistet werden.

Die Tourismusentwicklung kann jedoch zukünftig ein wichtiger Wirtschaftszweig für das gesamte östliche Thüringen sein. Der aktuelle Landesentwicklungsplan des Freistaates Thüringen empfiehlt insbesondere den ländlichen Regionen des Freistaates eine verstärkte interkommunale Zusammenarbeit, um aus kleinen Gemeinden und Städten ein leistungsstarkes Grundzentrum zu profilieren.¹¹⁸ Durch eine kooperative Zusammenarbeit zwischen der kommunalen Ebene und den einzelnen touristischen Anbietern kann eine erfolgreiche Tourismusentwicklung in der Region stattfinden. Jedoch müssen alle Anbieter der Kommunen in die Planung integriert werden. Bisher werden die Anbieter teilweise nicht berücksichtigt und von politischen Entscheidungen benachteiligt. Die derzeit bestehenden Konflikte zwischen beiden Parteien erschweren die momentane Planung.

Voraussetzung für die weitere Entwicklung ist außerdem die bessere Kommunikation und Zusammenarbeit der touristischen Anbieter. Statt „gegeneinander“ müssen diese „miteinander“ kooperieren und Einsicht zeigen. Ein weiteres Problem besteht in der finanziellen Lage vieler Kommunen. Durch Haushaltseinsparungen sind Investitionen für den Tourismus langfristig nicht möglich. Bisher fehlt das Verständnis, dass erst in die Rahmenbedingungen bzgl. Ortsgestaltung, Infrastruktur und der angebotenen Dienstleistungen investiert werden muss, um den Gästen etwas anbieten zu können. Erst mit deren Umsetzung kann wirtschaftlicher Erfolg durch den Tourismus erwartet werden. Insbesondere anspruchsvolle Erholungsurlauber legen sehr viel Wert auf die örtlichen und regionalen Rahmenbedingungen.

Mit viel Energie, innovativen Ideen, Durchhaltevermögen und Zusammenarbeit kann die Region am Thüringer Meer langfristig zu einer „Top-Erholungsregion“ werden. Die landschaftlichen Voraussetzungen sind dafür vorhanden, nun liegt es an den Kommu-

¹¹⁸ Vgl. Paczulla vom 17.07.2013

nen diese für den Tourismus ausgewogen zu nutzen. Es ist zu hoffen, dass das zukünftige Entwicklungskonzept der KAG Thüringer Meer umgesetzt wird und nicht nur in Papierform bestehen bleibt.

Literaturverzeichnis

ADERHOLD Peter (2012): Die Urlaubsreisen der Deutschen. Kurzfassung der Reiseanalyse 2012. Kiel: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.(FUR).

BARMER GEK (Hg.) (2013): Kein Stress mit dem Stress. Ein kleiner Ratgeber zum richtigen Umgang mit Stresssituationen.
URL: http://www.barmer-gek.de/barmer/web/Portale/Versicherte/Rundum-gutverschert/Infothek/Broschueren__und__Downloads/PDFs__Bilder__Broschueren__und__Downloads/Downloads/broschueren/ALLE__broschueren__neue_20Kategorien/Kein_20Stress_20mit_20dem_20Stress,property=Data.pdf
[Stand 20.06.2013]

BIEGER Thomas/BERITELLI Pietro (2013): Management von Destinationen. 8. aktualisierte und überarb. Aufl. München.

BMWI (Hg.) (2011): Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland. Leitfaden. Berlin.

BMWI (Hg.) (2013): Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen. Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen. Berlin.

DZT (Hg.) (2013): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus. Ergebnisse 2011/2012.
URL:
http://www.germany.travel/media/pdf/dzt_marktforschung/dzt_qualitaetsmonitor_2012_web.pdf [Stand 25.03.2013]

DZT (Hg.) (2013a): Das Reiserverhalten der Deutschen im Inland. URL:
<http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Studien/reiseverhalten-der-deutschen-im-inland,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>
[Stand 23.03.2013]

FALK (2013): Routenplaner. URL: <http://www.falk.de/routenplaner> [Stand 10.07.2013]

FREYER Walter (1993): Tourismus-Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München/Wien.

GEMEINDE HOHENWARTE: Hohenwarte am Thüringer Meer.
URL: <http://www.gemeinde-hohenwarte.de/> [Stand 11.07.2013]

- GRIMM Bente/WINKLER Karen (2011): Gesundheitsorientierte Urlaubsformen. Strukturen, Potenziale und Ansprüche. Kiel. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR).
- HAEDRICH Günther/KASPAR Claude/KLEMM Kristiane/KREILKAMP Edgar (Hg.) (1998): Tourismus-Management. Tourismusmarketing und Fremdenverkehrsplanung. 3. erw. und neu bearb. Aufl. Berlin/New York.
- HÄFNER Ute (2013): Auf dem Weg zu mehr Meer. 3. Wassersporttag am Hohenwar-testausee lockt die Besucher in Scharen und macht Vielfalt der Region deutlich. Die soll besser vermarktet werden und die Premiere einer Wassertourismus-Broschüre ist ein erster Schritt dazu. In: Ostthüringer Zeitung, Nr. 144 v. 24.06.2013.
- HUNGENBERG Harald/WULF Torsten (2011): Grundlagen der Unternehmensführung. Einführung für Bachelorstudierende 4., aktualisierte und erw. Aufl. Berlin/Heidelberg.
- MITTELSDORF Harald (2007): Die Geschichte der Saaletalsperren (1890-1945). 1. Aufl. Jena.
- MUNDT Jörn W. (2013): Tourismus. 4., überarb. und erg. Aufl. München.
- OSTTHÜRINGER ZEITUNG (2013): Aktivurlaub ist gesund. Aufbau von Stresshormonen wird gestoppt, Immunsystem gestärkt. In: Ostthüringer Zeitung, Nr. 136 v. 14.06.2013.
- PACZULLA Volkhardt (2013): Wir nehmen nicht die Axt. Im überarbeiteten Entwurf des Landesentwicklungsprogramms 2025 schiebt Planungsminister Carius (CDU) eine Verringerung der Grundzentren auf die lange Bank. Neue Raumstrukturtypen sind für Ostthüringen eine kalte Dusche. In: Ostthüringer Zeitung, Nr. 165 v. 17.07.2013.
- PETZOLD Hans-Joachim/BOLLMANN Andreas (2009): Dorfentwicklung im Naturpark. Städte und Dörfer - Lebensräume für Mensch und Natur. Hg. v. Naturpark Eichsfeld-Hainich-Werratal. Fürstentagen.
- PORTER; Michael E. (2008): Wettbewerb. Was ist Strategie?. Hg. v. Harvard Business Manager. URL:
<http://wissen.harvardbusinessmanager.de/wissen/leseprobe/56227672/artikel.html> [Stand 25.03.2013]

RKW KOMPETENZZENTRUM/DEHOGA/DTV/DZT (Hg.) (2011): Tourismus 50plus. Anforderungen erkennen - Wünsche erfüllen. Eschborn/Frankfurt/Bonn/Berlin.

SAALE-ORLA-KREIS (2013): Wirtschaft. URL: <http://www.saale-orkreis.de/sok/content/15/20070220151840.asp> [Stand 24.06.2013]

SAALE-ORLA-KREIS (2013a): Geografische Daten des Landkreises. URL: <http://www.saale-orkreis.de/sok/content/8/20070220145210.asp> [Stand 24.06.2013]

STATISTISCHES BUNDESAMT (2013): Gemeindeverzeichnis-Informationssystem. URL: <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Gemeindeverzeichnis.html> [Stand 08.07.2013]

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hg.) (2009): Bevölkerung Deutschlands bis 2060. 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. URL: https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Bevoelkerung/VorausberechnungBevoelkerung/BevoelkerungDeutschland2060Presse5124204099004.pdf?__blob=publicationFile [Stand 26.06.2013]

THÜRINGEN TOURISMUS (2013): Thüringens Image als Reiseziel. URL: <http://fachpublikum.thueringen-tourismus.de/kooperationen-partner-downloads/trends-und-marktforschung-131785.html> [Stand 23.05.2013]

THÜRINGER LANDESAMT FÜR STATISTIK (2013): Landkreis Saale-Orla-Kreis. Allgemeine Angaben. URL: <http://www.tls.thueringen.de/datenbank/kreisblatt.asp?krs=75> [Stand 25.06.2013]

VATTENFALL (2013): Die Saalekaskade. URL: <http://www.vattenfall.de/de/saalekaskade/saalekaskade-region.htm> [Stand 24.06.2013]

WIEKE Thomas (2010): Thüringen. München.

ZEISS Katrin (2013): Jede dritte Gästeübernachtung in einem Kurort. Erfolgsrezept aus Sicht des Branchenverbandes ist eine gute Mischung aus Reha-Patienten und Gesundheitsurlaubern. In: Ostthüringer Zeitung, Nr. 123 v. 30.04.2013.

ZENSUS 2011 (2013): Bevölkerung im regionalen Vergleich nach Alter. URL:

https://ergebnisse.zensus2011.de/#StaticContent:16075,BEV_1_4_1_1,m,table

[Stand 24.06.2013]

Anlagen

Anlage 1: Checkliste zu Ortsbesichtigungen

Aktiv-, Freizeitangebote	Ist das Vorhandene erholungsfördernd?
Wassersport	
Angeln	
Bootsliegeplätze	
Bootsverleih	
Wasserski	
Kajak/Kanu	
Surfen	
Fahrgastschiffahrt	
Bademöglichkeiten	
Wie erschließt sich Zugang zum Wasser?	
Entfernung zum Badestrand	
Kostenpflichtig?	
Freibad	
Hallenbad	
Gesundheitsorientierte Angebote	
Kur-, Thermalbad	
Sauna	
Solarium	
Fitnessstudio	
Wandern/Radfahren	
(Wanderwege im Gemeindegebiet vorhanden?)	
Wanderparkplätze -Anzahl -Stellplätze PKW -kostenpflichtig?	
Anzahl Wanderhütten/Ruhebänke	
Anzahl Lehrpfade	
Radwanderwege im Gemeindegebiet vorhanden?	
Radwanderkarte	
Radverleih-, service	
E-Mobilitäts-Angebote	

Sonstige Freizeitangebote	
Minigolf	
Kegel-, Bowlingbahn	
Ballonfahrten	
Sonstiges	

Beherbergung/Verpflegung	Wie ist der Eindruck bzw. das Ambiente
Hotels	
Pensionen	
Gaststätten	
Ferienwohnungen/Ferienhäuser	
Campingplatz	
Sonstiges	Sind diese erholungsgerecht?
Cafés	
Eisdielen	
Biergärten	
Kiosk/Imbiss	
Barrierefreiheit	

Anlage 2: Fragebogen an die Mitglieder-Kommunen der KAG Thüringer Meer**Allgemeines**

Name der Gemeinde/Stadt:

.....

Einwohneranzahl:

.....

Altersstruktur in %:

Prozentualer Anteil der Einwohner **über** 60 Jahre:

.....

Prozentualer Anteil der Einwohner **unter** 60 Jahre:

.....

Gibt es eine örtliche Tourist-Information?

☐ ja Öffnungszeiten:

.....

☐ nein**1. Was erwarten Sie von der Mitgliedschaft in der KAG Thüringer Meer?**.....
.....
.....**2. Nennen Sie das Besondere an Ihrem Ort?**.....
.....**3. Schätzen Sie bitte ein, ob man sich in Ihrem Ort erholen kann?**

- ☐ ganz sicher
- ☐ ziemlich wahrscheinlich
- ☐ vielleicht
- ☐ wahrscheinlich nicht
- ☐ keinesfalls

4. Wie hoch ist das Engagement der Einwohner bzgl. einer Mitarbeit bei Ortsverschönerungsmaßnahmen? (z.B. Gestaltung von Grünanlagen etc.)

- ☐ sehr hoch
- ☐ hoch
- ☐ mittelmäßig
- ☐ gering
- ☐ kein Engagement

Bemerkungen:

.....

.....

5. Werden lokale Anbieter und Einwohner in die zukünftige Planung integriert?

- ☐ immer
- ☐ oft
- ☐ gelegentlich
- ☐ selten
- ☐ nie

6. Werden in Ihrem Ort ehrenamtliche Tätigkeiten durchgeführt (z.B. Pflege touristischer Wege)?

- ☐ ja Anzahl der ehrenamtlichen Mitarbeiter:

.....

Aufgaben:

.....

- ☐ nein

7. Welche Maßnahmen bzw. Veränderungen sind aus Ihrer Sicht notwendig, um Touristen für einen Besuch in Ihrem Ort zu begeistern?

.....

.....

8. Welche Botschaft(en) wollen Sie zukünftigen Touristen vermitteln?

.....

.....

9. Welche konkreten touristischen Produkte oder Dienstleistungen wollen Sie anbieten?

.....

10. Wird bei der Planung auf Barrierefreiheit geachtet?

- ☐ ganz sicher
- ☐ ziemlich wahrscheinlich
- ☐ vielleicht
- ☐ wahrscheinlich nicht
- ☐ keinesfalls

11. Wie viel Geld soll für weitere Ortsverschönerungsmaßnahmen investiert werden?

.....

12. Wie wahrscheinlich ist es, dass Ihr Ort Teil einer Erholungsregion am Thüringer Meer wird?

- ☐ ganz sicher
- ☐ ziemlich wahrscheinlich
- ☐ vielleicht
- ☐ wahrscheinlich nicht
- ☐ keinesfalls

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Anlage 3: Fotos Gemeinde Altenbeuthen vom 20.05.2013



Ortseingang



Ruhezone

Anlage 4: Fotos Gemeinde Blankenberg vom 28.04.2013



Ortseingang



Informationspunkt

Anlage 5: Fotos Gemeinde Blankenstein vom 28.04.2013*Informationspunkt**Ruhezone*

Anlage 6: Fotos Gemeinde Unterwellenborn Ortsteil Bucha vom 15.06.2013*Informationspunkt**Ruhezone*

Anlage 7: Fotos Gemeinde Burgk vom 16.05.2013



Ortseingang



Parkmöglichkeiten

Anlage 8: Fotos Gemeinde Crispendorf vom 10.05.2013



Ortseingang



Informationstafel

Anlage 9: Fotos Gemeinde Eßbach vom 16.05.2013*Ortseingang**Ruhezone*

Anlage 10: Fotos Gemeinde Gössitz vom 05.05.2013



Ortseingang



Ruhezone

Anlage 11: Fotos Gemeinde Harra vom 28.04.2013*Informationstafel**Ruhezone*

Anlage 12: Fotos Gemeinde Hohenwarte vom 05.05.2013*Ortszentrum**Beschilderung*

Anlage 13: Fotos Gemeinde Krölpa vom 05.05.2013



Ortseingang



Ruhezone

Anlage 14: Fotos Bad Lobenstein vom 20.05.2013



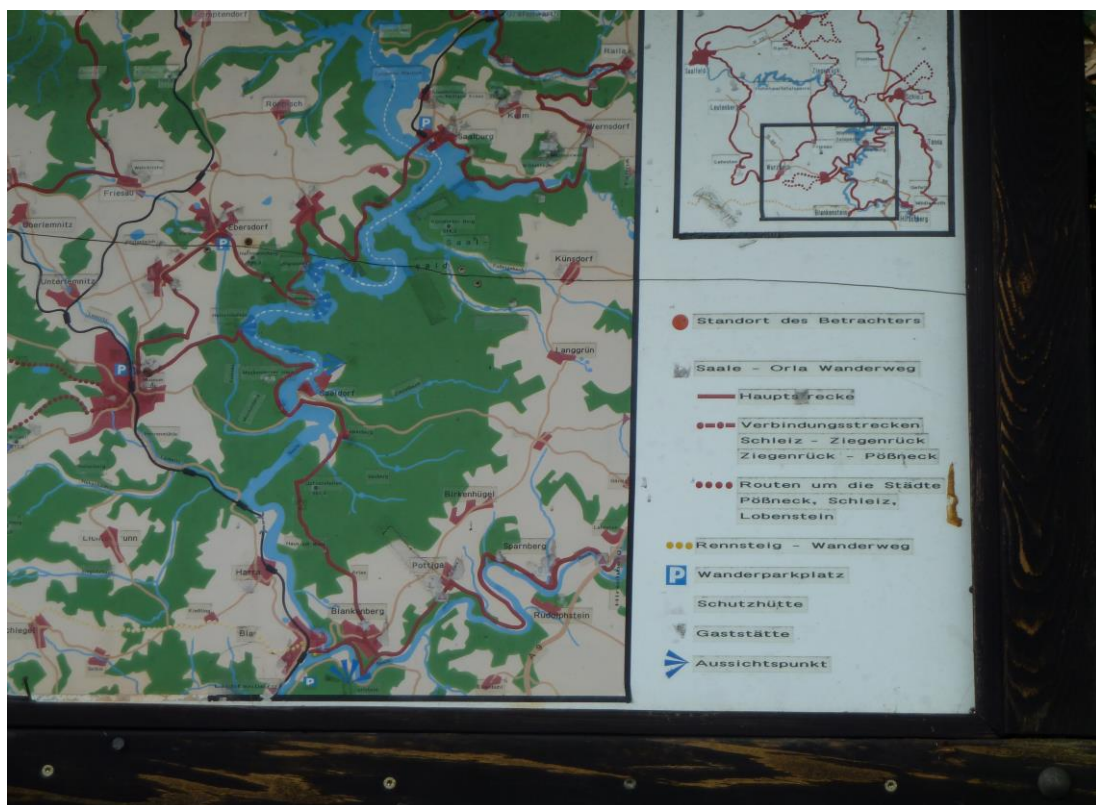
Ortszentrum



Beschilderung



Ortseingang



Informationstafel

Anlage 15: Fotos Stadt Leutenberg vom 20.05.2013



Informationstafel



Ortszentrum

Anlage 16: Fotos Gemeinde Paska vom 20.05.2013



Ortseingang



Zentrum/Ruhezone/Beschilderung

Anlage 17: Fotos Gemeinde Pottiga vom 28.04.2013



Ortseingang



Ortszentrum/Beschilderung

Anlage 18: Fotos Gemeinde Remptendorf vom 16.05.2013*Beschilderung**Informationstafel*

Anlage 19: Fotos Stadt Saalburg-Ebersdorf vom 20.05.2013*Ortseingang**Informationstafel*

*Wasserzugang**Beschilderung*

Anlage 20: Fotos Stadt Schleiz vom 02.06.2013



Ortseingang



Zentrum



Informationstafel Bergkirche



Informationstafel Neumarkt

Anlage 21: Fotos Gemeinde Wilhelmsdorf vom 05.05.2013



Ortszentrum



Ruhezone

Anlage 22: Stadt Ziegenrück vom 16.05.2013*Ortseingang**Informationstafel*

*Beschilderung**Ruhezone*

Anlage 23: Fotos Infrastruktur vom 15.06.2013



Landesstraße L1105 bei Wilhelmsdorf



Ausschilderung Stausee

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Neustadt an der Orla, 18.07.2013

Ort, Datum

Vorname Nachname